

PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DEL HOTEL “EBAQUE”

JORGE HERRERA

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA LOS LIBERTADORES

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Bogotá, Colombia

2015

PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DEL HOTEL “EBAQUE”

COMO REQUISITO

**PARA OBTENER EL TÍTULO DE
ADMINISTRADOR DE EMPRESAS**

Editado Por

Jorge Herrera

Director de Tesis

Mireya Bustos Losada

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA LOS LIBERTADORES

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Bogotá, Colombia

ACEPTACIÓN

Nota Aceptación del trabajo por parte del presidente y el jurado

Presidente

Jurado

Jurado

Ciudad y Fecha (día-mes-año)

DEDICATORIA

A Dios que me da nuevas oportunidades, a mi familia quienes siempre ha creído en mí, que gracias a la comprensión, el apoyo y la confianza que me han brindado, he podido sacar esta experiencia en función de un crecimiento profesional y personal y una mejor calidad y proyecto de vida

AGRADECIMIENTOS

Siempre Dios, por brindarme una vida llena de experiencias, que es mi guía y siempre me muestra el camino correcto.

Y un agradecimiento muy especial a mi amiga Roció Soler Ramírez, quien fue un apoyo constante y siempre estuvo dispuesta en brindar su conocimiento, espacio y tiempo; en verdad gracias por la gentileza y paciencia siempre con la mejor disposición en todo lo que necesite, siempre estaré agradecido.

Gracias por su apoyo y confianza.

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN

ABSTRACT

1.	PREGUNTA INVESTIGATIVA.....	1
2.	OBJETIVO GENERAL	1
2.1	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	1
3.	INTRODUCCIÓN.....	1
4.	MARCO TEÓRICO.....	2
4.1	NORMATIVIDAD INTERNACIONAL.....	2
4.2	NORMATIVIDAD COLOMBIA.....	3
4.3	NORMATIVIDAD VIGENTE EN EL MUNICIPIO DE UBAQUE	8
4.4	NORMAS TÉCNICAS SECTORIALES	8
5.	METODOLOGÍA.....	8
5.1	FUENTES Y TÉCNICAS PARA RECOLECTAR LA INFORMACIÓN.....	9
5.1.1	PRIMARIAS	9
5.1.2	SECUNDARIAS	9
5.2	PUBLICACIONES Y ESCRITOS	9
5.3	UNIVERSO DE ESTUDIO	9
5.4	ESTUDIO DE CAMPO	9
5.5	TIPO DE INVESTIGACIÓN.	10
5.6	UNIVERSO, POBLACIÓN Y MUESTRA.	10
5.6.1	TÉCNICA DE RECOLECCIÓN Y ORGANIZACIÓN DE DATOS.	10
6.	ASPECTOS DEL TERRITORIO	10
6.1	ASPECTOS GENERALES	11
6.2	ASPECTO SOCIOECONÓMICO	11
6.3	CLIMATOLOGÍA, GEOLOGÍA Y CLASES AGROLÓGICAS	11
6.4	FACILIDADES E INFRAESTRUCTURA	14
6.5	DEMANDA ESTUDIO DE MERCADO	15
6.5.1	PERFIL	15
6.6	NECESIDAD	16
7.	DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO.....	18
7.1	NOMBRE: HOTEL “EBAQUE”	18
7.2	TAMAÑO DEL HOTEL	18
7.3	PROMOTORES DEL NEGOCIO.	19
7.4	NATURALEZA DEL NEGOCIO.	19
7.5	CARACTERÍSTICAS DEL PROYECTO.....	20
7.6	ORIGEN DE LA IDEA DE NEGOCIO.....	20
7.7	EL HOTEL “EBAQUE”.	21
7.7.1	CONCEPTO DEL NEGOCIO.	21
7.7.2	SERVICIOS QUE PRESTARÁ EL HOTEL EBAQUE.....	22
7.8	PRINCIPIOS ORGANIZACIONALES	24
7.8.1	MISIÓN.....	24
7.8.2	VISIÓN.....	24
7.8.3	POLÍTICA EMPRESARIAL.....	24
7.8.4	VALORES CORPORATIVOS.....	25
7.9	DESCRIPCIÓN DEL HOTEL	25

7.10	SISTEMA FINANCIERO	27
7.11	IDENTIFICACIÓN DE PROVEEDORES.....	27
8.	ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS.....	28
8.1	ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA.....	29
8.2	PERFIL DEL RECURSO HUMANO.....	29
8.3	VENTAJA COMPETITIVA.....	31
8.4	CON LA COMPETENCIA.....	32
8.5	ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN.....	33
8.6	PENETRACIÓN DEL MERCADO.....	33
8.7	FACTORES CLAVES DEL ÉXITO.....	34
8.8	VENTAJAS COMPETITIVAS.....	35
8.9	RESPONSABILIDAD.....	36
9.	PLAN ESTRATÉGICO Y DE MARKETING.....	37
9.1	ANÁLISIS DOFA.....	38
9.2	ANÁLISIS MATRIZ.....	39
9.3	RAZONES PARA LA ELECCIÓN DE NUESTRA ESTRATEGIA COMPETITIVA.....	40
9.4	LA PRESENCIA DE LA COMPETENCIA.....	41
9.5	MERCADO EN EXPANSIÓN.....	41
9.6	ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD.....	41
9.7	LA IMPORTANCIA DE LA PÁGINA WEB.....	42
9.8	PLANES DE ACCIÓN CONCRETOS PARA ALCANZAR LOS OBJETIVOS.....	42
9.9	ACCIONES ESTRATÉGICAS A SEGUIR.....	43
9.10	PRODUCCIÓN HOTELERA TARIFAS.....	43
9.11	PROVEEDORES.....	45
10.	RECURSOS ECONÓMICO Y FINANCIERO.....	52
10.1	INVERSIONES EN EL PROYECTO.....	52
10.2	RECURSOS PROPIOS.....	52
10.3	GASTOS DE ADMINISTRACIÓN.....	53
10.4	PÉRDIDAS Y GANANCIAS.....	54
10.5	FLUJO DE CAJA.....	56
11.	VALORACIÓN DEL RIESGO.....	58
11.1	SISTEMA DE SEGUIMIENTO.....	59
11.2	VALOR PRESENTE NETO.....	59
11.3	TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).....	60
11.4	RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN.....	61
	RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	62
	LISTA DE REFERENCIAS.....	64
	ANEXOS.....	67

LISTA DE TABLAS

TABLA N. 1 MATRIZ DE DIAGNÓSTICO EN MEDIO AMBIENTE (PERIODO: 2012-2015).....	13
TABLA N. 2 ASPECTOS TURÍSTICOS.....	14
TABLA N. 3 FRECUENCIA DE TURISTAS EN EL MUNICIPIO DE UBAQUE.....	16
TABLA N. 4 MATRIZ DE DIAGNÓSTICO EN PROYECCIÓN TURÍSTICA (PERIODO: 2012-2015).....	17
TABLA N.5 INSUMOS DEL HOTEL.....	26
TABLA 6. CONTRATACIÓN DE PERSONAL NECESIDADES.....	27
TABLA N.7 REQUERIMIENTOS DE PERSONAL Y SALARIOS DE LOS COLABORADORES EN EL HOTEL EBAQUE.....	28
TABLA N. 8 ANÁLISIS DE COMPETENCIA.....	33
TABLA N. 9 ESTRATEGIAS PARA IMPLEMENTAR EL PROYECTO.....	34
TABLA N.10 ANÁLISIS DE DEBILIDADES, OPORTUNIDADES FORTALEZAS Y AMENAZAS (DOFA).....	38
Tabla N. 11 EMPRESAS DEDICADAS AL TURISMO EN EL MUNICIPIO DE UBAQUE .	41
TABLA N. 12 TARIFAS HOSPEDAJE POR TEMPORADAS (ALTA MEDIA BAJA) EXPLICAR POR QUE Y QUE INCLUYE.....	43
TABLA N. 13 ESTIMADO DE HUÉSPEDES POR PERIODOS DE TIEMPO.....	44
TABLA N. 24 RECURSOS PARA EL PROYECTO.....	45
TABLA N. 35 COSTO ESTIMADO DE MATERIA PRIMA.....	46
TABLA N. 15 GASTOS DE FUNCIONAMIENTO.....	47
TABLA N. 47 ESTIMADO DE PUBLICIDAD PARA LA PUESTA EN MARCHA DEL PROYECTO (2015).....	47
TABLA N. 18 CUENTA DE TESORERÍA.....	48
TABLA N. 19 PROYECCIÓN DE CONSUMOS EN MATERIA DE ALOJAMIENTO DEL HOTEL EBAQUE (5 AÑOS).....	49
TABLA N. 20 INVERSIÓN INICIAL DEL PROYECTO.....	52
TABLA N. 21 RECURSOS PROPIOS.....	52
TABLA N. 52 RECURSOS DE CRÉDITO.....	53
TABLA N. 63 GASTOS ADMINISTRATIVOS.....	53
TABLA N. 24 CALCULO DEPRECIACIÓN.....	53
TABLA N. 75 PÉRDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADAS A CINCO AÑOS (VALORES ENTEROS).....	54
TABLA N. 86 BALANCE GENERAL INICIAL.....	55
TABLA N. 27 FLUJO DE CAJA.....	56
TABLA N. 28 VALORACIÓN DEL RIESGO.....	58

LISTA DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN N. 1 LOGOTIPO.....	18
ILUSTRACIÓN N. 2 DESCRIPCIÓN DE PROCESO DEL SERVICIO AL CLIENTE.....	25
ILUSTRACIÓN N. 3 ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA.....	29
ILUSTRACIÓN N. 4 FLUJO GRAMA DEL SERVICIO EN EL HOTEL EBAQUE.....	31
ILUSTRACIÓN N. 5 PUNTO DE EQUILIBRIO ALOJAMIENTO HOTEL EBAQUE.....	57

RESUMEN

El presente Trabajo de grado tiene como objeto, estudiar la viabilidad económica, ecológica y social para la construcción y puesta en marcha de un hotel , con sede en la vereda FISTEGA del municipio de Ubaque (Cundinamarca), para desarrollar sus actividades, identificando las oportunidades de negocio que brinda la cercanía de la ciudad de Bogotá para que la empresa pueda desempeñar sus actividades de forma perdurable, dadas las actuales condiciones, para satisfacer las necesidades de alojamiento de clientes reales y potenciales.

Con tal fin, se presenta un análisis micro y macroeconómico que incluye investigación de campo a nivel local sobre la posibilidad de llevar a cabo el proyecto de construcción del hotel, identificando las estrategias a seguir para su conformación. En el plan de negocio se podrán identificar los mercados potenciales y las oportunidades de crecimiento, tanto para garantizar un servicio integral de alta calidad tanto a turistas nacionales como extranjeros que se encuentran en la capital de la república y que buscan espacios que les brinde tranquilidad fuera del área urbana y de la contaminación visual como ambiental, y además que les garantice su seguridad personal.

Se presenta un marco teórico sobre el Municipio de Ubaque y el lugar donde se va a desarrollar el proyecto que se denomina vereda FISTEGA, lugar estratégico dentro de la geografía municipal

ABSTRACT

The present work aims grade study the economic viability, ecological and social terms for the construction and operation of a hostel, based in the village of the municipality of Ubaque (Cundinamarca), to develop its activities, identifying business opportunities offered by the nearby city of Bogota for the company to perform their duties in a lasting way, given current conditions, to meet the housing needs and potential customers.

To this end, we present a micro and macro analysis including field research at local level on the possibility of carrying out the project of construction of the hostel, identifying strategies to its conformation. The business plan will identify potential markets and opportunities for growth, both in to ensure high quality comprehensive service to both domestic and foreign tourists who are in the capital of the republic and seeking to provide them with quiet spaces outside the urban area and the visual and environmental pollution, and also that they ensure their personal safety.

We present a theoretical framework for the Municipality of Ubaque and where will develop the project village called Fistega strategic place in local geography. It is then a business plan that reflects the idea of several people who know and live in the place of offering a different eco-tourism and supported by technology.

1. PREGUNTA INVESTIGATIVA

¿La construcción de un Hotel en la vereda Fistega, beneficiara al crecimiento de la misma y del municipio de Ubaque?

2. OBJETIVO GENERAL

Elaborar un plan de negocio para analizar la viabilidad de construir un hotel en la vereda “FISTEGA”, del municipio de Ubaque creando conciencia de la importancia de proteger las reservas que se encuentran en dicho lugar.

2.1 Objetivos Específicos

- Elaborar un estudio técnico de estructura, ambiental y financiero.
- Realizar una encuesta para determinar el impacto y necesidad de la implementación del proyecto.
- Elaborar un estudio organizacional y legal para crear la empresa
- Identificar los recursos para la puesta en marcha del proyecto

3. INTRODUCCIÓN

Este apartado inicia con una introducción y presentación del proyecto, con el nombre y dirección de la empresa, el logotipo, anagramas y demás elementos que conforman la identidad corporativa del hotel EBAQUE, un breve resumen sobre sus gestores con la profesión o actividad que realizan.

Se incluye un breve resumen sobre la naturaleza del negocio, las características del proyecto y el sector al que pertenece que para este caso es el turismo ecológico, presentando las ventajas competitivas y las diferencias con la competencia.

Tiene como propósito crear un plan de negocios a partir de una iniciativa particular, que viendo como la ciudad de Bogotá cada vez más se convierte en lugar frecuentado por turistas deseosos de encontrar un lugar de descanso y esparcimiento que les permita compenetrarse con el medio ambiente, decidieron unirse para crear un hotel en cercanías de la ciudad, de Bogotá que por su ubicación estratégica brinda a los visitantes comodidad, seguridad y lo más importante turismo ecológico.

La metodología desarrollada en el presente trabajo es la de la elaboración de un plan de negocio, apoyado de un estudio previo de mercadeo, financiero, estudio técnico y estudio administrativo con el fin de obtener la suficiente información para la toma de decisiones estratégicas y administrativas frente al alcance del proyecto y su puesta en marcha en el mediano plazo.

4. MARCO TEÓRICO

Se pretende realizar un análisis exhaustivo del sector turístico con las condiciones de la región, evaluando el posible impacto económico, los pros que trae para la población y el crecimiento que este proyecto puede traer al municipio de Ubaque, se pensará en el posible impacto midiendo los niveles de la competencia identificando otros sitios turísticos de este sector con el fin de fortalecer o desestimar las hipótesis a generar partiendo desde la pregunta de investigación formulada (¿La construcción de un Hotel en la vereda Fistega, beneficiara al crecimiento de la misma y del municipio de Ubaque?), de la investigación saldrían posibles focos o ítems a evaluar como las proyecciones económicas que determinan si dicho proyecto es rentable y sostenible en el tiempo para generar los ingresos estimados siendo benéfico para los lugareños mejorando la economía de su territorio.

4.1 Normatividad Internacional ¹

1976

- La Secretaría General de la OMT se instala en Madrid el 1 de enero.

¹ <http://www2.unwto.org/es/content/historia>

- Se firma el Acuerdo entre el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y la OMT que actuará como organismo de ejecución del PNUD para realizar actividades de cooperación técnica en cooperación con los Gobiernos.

1980

- La Conferencia Mundial del Turismo celebrada en Manila (Filipinas) adopta la Declaración de Manila sobre el Turismo Mundial.
- POLÍTICAS DE LA OMT

4. 2 Normatividad Colombia²

La Constitución

La Constitución Política de 1991, además de garantizar el derecho que todas las personas tienen a gozar de un ambiente sano (artículo 79), introduce el concepto de desarrollo sostenible al consagrar la obligación del Estado de “planificar el manejo y aprovechamiento de los recursos naturales” y prevenir los factores que ocasionen riesgos a su conservación o conduzcan a su deterioro (art. 80). La conservación de la biodiversidad tiene como finalidad última garantizar la calidad de vida de todos los habitantes del país.

Las leyes

La ley 99 de 1993 establece en su artículo 1, núm. 2: “La biodiversidad del país, por ser patrimonio nacional y de interés de la humanidad, deberá ser protegida prioritariamente y aprovechada en forma sostenible” y en su artículo 3 especifica: “Se entiende por desarrollo sostenible el que conduzca al crecimiento económico, a la elevación de la calidad de vida y al bienestar social, sin agotar la base de recursos naturales renovables en que se sustenta, ni deteriorar el medio ambiente o el derecho de las generaciones futuras a utilizarlo para la satisfacción de sus propias necesidades”

Reconociendo la gran potencialidad que nuestra biodiversidad ofrece y la necesidad de diversificar la oferta, la legislación del sector - ley 300 de 1996 - lo acoge como una

² www.mincit.gov.co/minturismo/publicaciones.php?id=200

extraordinaria alternativa para impulsar el desarrollo regional. En su artículo 26 lo define en los términos arriba mencionados.

Las políticas ambientales y turísticas recientes del país Las políticas ambientales se sustentan en una serie de principios generales contenidos en la ley 99 de 1993, que en su artículo 1 establece:

1. El proceso de desarrollo económico y social del país se orientará según los principios universales y del desarrollo sostenible contenidos en la Declaración de Río de Janeiro de junio de 1992 sobre Medio Ambiente y Desarrollo. PET (7C-Def) - 20-06-03

2. La biodiversidad del país, por ser patrimonio nacional y de interés de la humanidad, deberá ser protegida prioritariamente y aprovechada en forma sostenible.

3. Las políticas de población tendrán en cuenta el derecho de los seres humanos a una vida saludable y productiva en armonía con la naturaleza.

4. Las zonas de páramos, subpáramos, los nacimientos de agua y las zonas de recarga de acuíferos serán objeto de protección especial.

5. En la utilización de los recursos hídricos, el consumo humano tendrá prioridad sobre cualquier otro uso.

6. La formulación de las políticas ambientales tendrá en cuenta el resultado del proceso de investigación científica. No obstante, las autoridades ambientales y los particulares darán aplicación al principio de precaución conforme al cual, cuando exista peligro de daño grave e irreversible, la falta de certeza científica absoluta no deberá utilizarse como razón para postergar la adopción de medidas eficaces para impedir la degradación del medio ambiente.

7. El Estado fomentará la incorporación de los costos ambientales y el uso de instrumentos económicos para la prevención, corrección y restauración del deterioro ambiental y para la conservación de los recursos naturales renovables.

8. El paisaje por ser patrimonio común deberá ser protegido.

9. La prevención de desastres será materia de interés colectivo y las medidas tomadas para evitar o mitigar los efectos de su ocurrencia serán de obligatorio cumplimiento.

10. La acción para la protección y recuperación ambientales del país es una tarea conjunta y coordinada entre el Estado, la comunidad, las organizaciones no gubernamentales y el sector

privado. El Estado apoyará e incentivará la conformación de organismos no gubernamentales para la protección ambiental y podrá delegar en ellos algunas de sus funciones.

11. Los estudios de impacto ambiental serán el instrumento básico para la toma de decisiones respecto a la construcción de obras y actividades que afecten significativamente el medio ambiente natural o artificial.

12. El manejo ambiental del país, conforme a la Constitución Nacional, será descentralizado, democrático y participativo.

13. Para el manejo ambiental del país, se establece un Sistema Nacional Ambiental - SINA- cuyos componentes y su interrelación definen los mecanismos de actuación del Estado y la sociedad civil.

14. Las instituciones ambientales del Estado se estructurarán teniendo como base criterios de manejo integral del medio ambiente y su interrelación con los procesos de planificación económica, social y física. La misma ley, cuando habla de algunas de las funciones del Ministerio del Medio Ambiente en relación con esta materia, establece en su artículo 5, numerales 1 y 34: Corresponde al

Ministerio del Medio Ambiente³:

1. Formular la política nacional en relación con el medio ambiente y los recursos naturales renovables, y establecer las reglas y criterios de ordenamiento ambiental de uso del territorio y de los mares adyacentes, para asegurar el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales renovables y del medio ambiente (.....).

34. Definir, conjuntamente con las autoridades de turismo, las regulaciones y los programas turísticos que puedan desarrollarse en áreas de reserva o de manejo especial; determinar las áreas o bienes naturales protegidos que puedan tener utilización turística, las reglas a que se sujetarán los convenios y concesiones del caso y los usos compatibles con esos mismos bienes. Por su parte, la actual política ambiental, se concentra en la construcción de un Proyecto Colectivo Ambiental – basado en los programas centrales de Agua, Biodiversidad, Bosques, Sostenibilidad de los procesos productivos endógenos, Calidad de vida urbana, Producción más limpia y Mercados Verdes - buscando incentivar la producción de bienes y

³ www.mincit.gov.co/minturismo/publicaciones.php?id=200

servicios ambientalmente sanos e incrementar la oferta de servicios ambientalmente competitivos en los mercados nacional e internacional, garantizando el reconocimiento de los derechos intelectuales y de país de origen a que haya lugar. Los documentos de política turística recientes, incluyen la preocupación por el desarrollo del turismo especializado en Colombia. El documento “El turismo sector estratégico de desarrollo nacional, bases para una política turística” elaborado en 1991, establece un “programa de ecoturismo y desarrollo empresarial comunitario” en el camino hacia el turismo especializado.

El documento “Política turística 1995-1998”, en la estrategia de competitividad, contemplaba unas acciones para el desarrollo del ecoturismo:

- Formular, en trabajo conjunto con el Ministerio del Medio Ambiente, una política de ecoturismo.
- Procurar el desarrollo y mejoramiento de los servicios turísticos en las áreas protegidas destinadas para tal actividad.
- Estimular la participación del sector privado en el desarrollo y operación de instalaciones e infraestructuras turísticas mediante el mecanismo de concesión.
- Preparar perfiles de proyectos turísticos en las áreas protegidas, que cumplan con los requisitos fijados en sus Planes de Manejo.
- Registrar sistemáticamente y evaluar el impacto ecológico, social y económico de las actividades vinculadas al ecoturismo.
- Proponer un ordenamiento del territorio nacional con alto componente ambiental en función del uso turístico.
- Coordinar con las agencias de viajes y turismo la organización, promoción, comercialización y operación de planes o paquetes ecoturísticos.

La “Política turística para una sociedad que construye la paz”, formulada en el año 2000, se propone como objetivo superior mejorar la competitividad de los destinos turísticos en todas las regiones del país. En sus fundamentos la política es participativa en lo político, equitativa en lo social, orientada a la competitividad en lo económico, articulada con lo regional y sustentable en lo ambiental. Entre las estrategias planteadas para lograrlo está la creación de nuevos productos y la contribución que el turismo puede hacer a la construcción de la paz. Esta labor implica un trabajo conjunto del empresario, de las comunidades del lugar y de las autoridades para diversificar la oferta de servicios en cada destino. En la estrategia de turismo y política de

paz establece que su objetivo es demostrar la viabilidad de éste “como generador de desarrollo y de empleo, como promotor de integración comunitaria y como instrumento idóneo para el afianzamiento de la cultura local y autóctona”. Cabe resaltar que la política, al destacar estos elementos, está haciendo un llamado a las comunidades para que valoren su cultura, se apropien de ella y puedan competir eficientemente en los ámbitos nacional e internacional. Este es uno de los elementos más apreciados por los turistas internacionales en la actualidad.

Para el Gobierno Nacional el ecoturismo tiene un alto significado, entendido como un instrumento de protección y cuidado de las áreas con esta vocación y como la gran oportunidad de crecimiento de la conciencia del país hacia una sostenibilidad en el uso de los recursos naturales y la alta biodiversidad con que cuenta. Éste ofrece, a su vez, a las comunidades locales, a los pequeños y grandes empresarios, a las organizaciones no gubernamentales, una oportunidad de explorar nuevos oficios que conlleven a una mejor calidad de vida. PET (7C-Def) - 20-06-03 25

Las instituciones⁴

El turismo en Colombia tiene una estructura institucional muy sencilla. En el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo se creó un Vice ministerio de Desarrollo Empresarial del cual depende la Dirección de Turismo que es la instancia rectora de esta actividad en el país.

Tanto la ley 300 de 1996 como el Decreto 210 de 2003 establecen las funciones y la estructura que maneja el sector. La formulación de políticas, la asistencia técnica a las regiones, la garantía de calidad a los usuarios de los servicios turísticos, el registro de los establecimientos que prestan los servicios turísticos, la producción de información estadística que oriente al sector, son los temas más destacados. La ley 300 de 1996 creó el Fondo de Promoción Turística de Colombia que es una cuenta especial en la que se depositan dineros de los empresarios (contribución parafiscal) y del Gobierno (presupuesto nacional) destinados a la promoción y competitividad del turismo colombiano. A estos dineros se accede mediante proyectos, siguiendo los lineamientos del documento “Turismo y desarrollo: un compromiso nacional; política de competitividad, PET (7C-Def) - 20-06-03 26 mercadeo y promoción turística de Colombia” que establece el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo coordinan sus acciones y se apoya en las entidades creadas por los Departamentos y Municipios para impulsar las actividades turísticas. El Ministerio de Ambiente, Vivienda y

⁴ www.mincit.gov.co/minturismo/publicaciones.php?id=200

Desarrollo Territorial es el ente rector de la política ambiental del país. La Unidad Administrativa Especial de Parques Nacionales Naturales se creó con el objeto de manejar las áreas protegidas. Ley 788 / 2002 Por la cual se expiden normas en materia tributaria y penal del orden nacional y territorial; y se dictan otras disposiciones.

- Ley 1101/2006 Por la cual se modifica la Ley 300 de 1996 - Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones.
- LEY 1558/2012 Por la cual se modifica la Ley 300 de 1996 -Ley General de Turismo, la Ley 1101 de 2006 y se dictan otras disposiciones.

4.3 Normatividad Vigente en el municipio de Ubaque

- La normatividad es la siguiente: ⁵
- Acuerdo 013 de 2012
- Constitución Política de Colombia

4.4 Normas Técnicas Sectoriales

- Norma NTSH 006
- Norma NTSH 002
- Norma NTC 5133
- Política Nacional de Ecoturismo Colombia

5. METODOLOGÍA

La metodología utilizada es la de un plan de negocios, con el fin de obtener la suficiente información para la toma de decisiones sobre el alcance del proyecto y su puesta en marcha.

En el plan de negocios intervienen:⁶

⁵ Esquema de ordenamiento territorial municipio de Ubaque. Compilación normas vigentes Art 31 acuerdo 41 de 2011. http://www.ubaque-cundinamarca.gov.co/normatividad_vigente.shtml

⁶ Santiago Zorrilla Arena, introducción a la metodología de la investigación, ed. Melo S. A, México 1.988)

- Investigación exploratoria: que consiste en estimar el tamaño y características del mercado.
- Investigación Descriptiva: describiendo las característica del diseño del producto.
- Investigación Experimental: en el análisis financiero se proyectan variables definidas.
- Investigación no experimental: en las investigaciones relacionadas con el mercado y el aspecto normativo con información real.
- Retrospectivo: se indagará sobre los antecedentes históricos de la actividad de los hoteles

5.1 Fuentes y técnicas para recolectar la información.

Para la recolección de la información, se tuvieron en cuenta fuentes primarias y secundarias.

5.1.1 Primarias: Mediante la observación directa sobre el tema de estudio.

5.1.2 Secundarias: Como fuentes secundarias se emplearon documentos escritos relacionados con la temática de estudio.

5.2 Publicaciones y Escritos: En periódicos, Revistas especializadas, información de Internet.

5.3 Universo de estudio. La población objeto de estudio son pequeñas empresas y turistas que viajan al sector de oriente de Cundinamarca

5.4 Estudio de campo (ver encuesta adjunta)

Para la investigación de mercados, se realizaron encuestas, las cuales permitieron identificar qué probabilidad tiene el hotel EBAQUE para incursionar en el mercado.

A nivel general, los resultados fueron favorables y permitieron observar que se puede generar un alto índice de demanda del servicio y, asimismo, suplir necesidades que se encuentran insatisfechas frente a la realización de visitas a la vereda FISTEGA.

El objetivo de la investigación del mercado fue conocer el grado de aceptación del proyecto por parte de la población, quienes también se constituyen en posibles clientes del servicio.

5.5 Tipo de investigación.

Se trató de una investigación de carácter cualitativo y cuantitativo empleando un instrumento para la recolección de información (cuestionario).

5.6 Universo, población y muestra.

La población objeto de estudio, estudiantes de universidades y turistas que viajan al sector de oriente de Cundinamarca.

5.6.1 Técnica de recolección y organización de datos.

Para la investigación de campo por una parte se procedió a obtener la información de fuente primaria. Y por otra se desarrolló un cuestionario con preguntas de fácil respuesta haciendo hincapié en situaciones específicas del proyecto.

Una dificultad que se presentó en el proceso de investigación fue que en el momento de desarrollar el instrumento no se encontraban algunos de los propietarios y arrendatarios de los predios por lo que hubo que hacer varias visitas al lugar. Se efectuó un diagnóstico sobre el alcance que puede tener el proyecto una vez se haya iniciado el proceso de ejecución y su impacto en el ecosistema. Los resultados obtenidos permitieron tener más confianza sobre el plan de negocios que se desea poner en marcha (ver resultados en el anexo)

6. ASPECTOS DEL TERRITORIO

Extensión total: 104,96 Km², **Extensión área urbana:** 0,14 Km², **Extensión área rural:** 104,82 Km², **Altitud de la cabecera municipal (metros sobre el nivel del mar):** 1867 msnm, **Temperatura media:** 18° C, **Distancia de referencia:** 56 KM de Bogotá.

6.1 Aspectos Generales

El municipio de Ubaque (Cundinamarca) cuenta con 6.500 habitantes, al finalizar el año 2014, según proyección del DANE, de los cuales aproximadamente el 98% se ubica en zonas rurales. El 50,33% de la población son hombres y el 49,67% son mujeres, habitantes que se verían beneficiados con este proyecto y distribuidas en 20 veredas, a saber: Cruz Verde Belén, Pueblo Nuevo, San Roque, Pueblo Viejo, Sabanilla Guayacundo, Santa Rosa, Rio Negro, Molino, Ganco, San Agustín, Fistega, Romero, Cacique, Santa Ana, Luciga, Romero Alto, Centro Afuera, Puente Amarillo, Centro Urbano

6.2 Aspecto Socioeconómico

La actividad económica del Municipio, gira alrededor del Sector Agropecuario, siendo la agricultura tradicional la más practicada en el municipio y en la cual participan los miembros de la familia, sin vincular una significativa de mano de obra externa. Esto explica en gran parte el carácter rural que posee el territorio y el alto porcentaje de población rural comparada con la urbana.

A pesar de ser un municipio con alto nivel de ruralidad cuenta con buena cobertura de educación primaria; según datos del plan de desarrollo municipal.

Ubaque posee gran riqueza en biodiversidad. Hay problemas de deforestaciones en la zona de Páramo lo que puede tener impacto para el abastecimiento futuro de agua. Hay peligro de rompimiento de la corteza terrestre por falla geológica: Ubaque está dentro de la Falla Tectónica de Quetame, lo que la ubica dentro de las zonas de alto riesgo y vulnerabilidad.

6.3 Climatología, Geología y Clases Agrológicas:

En Ubaque el ecosistema básico es el Páramo relacionado íntimamente con la red hídrica y las lagunas existentes que revisten importancia en la conservación de la biodiversidad y capacidad hidrológica de toda la cuenca. La zona de Páramo ocupa el área comprendida entre los 3300 m y los 4000 m, correspondiendo a temperaturas medias anuales entre 4 y 9 grados centígrados. En el Páramo de cruz verde la precipitación es de 1215 mm anual (Max 3250 mm).

FAUNA En el bosque andino alto por la estructura de la vegetación se ofrecen condiciones muy favorables (temperatura uniforme, humedad relativa alta, y disponibilidad de alimento) para la implementación de una apreciable diversidad biótica.

Entomofauna como entomobrydae, poduridae, sminthuridae, japygidae y campodeidae (las cuales son muy sensibles a las quemadas).

Flora : A pesar de la intervención sobre el Páramo, al noroccidente del municipio, en las Veredas de San Roque, Cruz Verde Sabanilla, Pueblo Nuevo y Guayacundo se encuentran algunas especies de bosque alto, frailejones(> 3000 msnm) y especies de bosque bajo, pastos, bambues y gramineas naturales en las veredas de Belén, Puente Amarillo, Cacique, Guayacundo.

Economía: El principal renglón de la economía se basa en la agricultura, teniendo en cuenta que la población es el 98% rural, es un municipio que cuenta con los diferentes pisos térmicos desde el páramo hasta caliente y por ello se cultivan diferentes tipos de productos de acuerdo al clima, en las veredas altas el cultivo de la papa es el principal, seguido de zanahoria y otros productos; en la parte media que prevalece el clima medio cultivos como el tomate, cebolla cabezona y habichuela son los más destacados y en la parte baja clima cálido, lo principal son los cereales las frutas y las aromáticas entre otros; que proveen el mercado de Bogotá y Villavicencio. Sin embargo los campesinos dependen de la demanda y oferta de los productos, no poseen manejo técnico de los cultivos y no existe planeación para los mismos además del alto costo de los fertilizantes, lo cual hacen de esta actividad un mal negocio.

Desarrollo Del Agro: La producción agropecuaria del Municipio es minifundista, la mano de obra para el manejo de los cultivos proviene básicamente de la familia. En época de mayor demanda se contrata personal de la región, intercambiando jornales o pagando el diario con o sin alimentación.

Sector Pecuario: La parte pecuaria, se basa principalmente en la avicultura (pollos y gallina ponedora), existe producción bovina, porcicultura y en menor porcentaje la piscicultura; estas se han transformado por medio de los requerimientos del ICA para la construcción y los lineamientos de CORPORINOQUIA y Umata para la protección del medio Ambiente.

Tabla N. 1 Matriz de diagnóstico en Medio Ambiente (Periodo: 2012-2015)

LIMITACIONES	POTENCIALIDADES
<p>El Municipio de Ubaque posee unas características eco sistémicas especiales, debido a la presencia de diferentes pisos térmicos, lo cual determina las actividades productivas y las alteraciones Ambientales de los diferentes recursos.</p> <p>Las características agrícolas se caracterizan por la adopción de sistemas inadecuados de siembra en sentido de la pendiente, esto ocasiona que los suelos se desestabilicen y que se presenten zonas de riesgo e inestabilidad, sumado a las condiciones de erosión hídrica, laminar y en surcos.</p> <p>Estos procesos erosivos, además de la contaminación y deterioro del recurso hídrico, son favorecidos por la saturación de agua en el suelo, lo que ocasiona arrastre de sedimentos que son arrojados directamente a las fuentes hídricas y ocasionan malos olores.</p> <p>El uso de agroquímicos arrojados a las fuentes hídricas más cercanas cuya agua es utilizado para consumo humano, agrícola y pecuario, ocasionando malos olores, enfermedades intestinales y malos olores en algunas zonas.</p>	<p>El Municipio de Ubaque centra su actividad económica en el cultivo de productos como la papa, maíz, habichuela, tomate, cebolla, aromáticas entre otros; que proveen el mercado de Bogotá y Villavicencio. Sin embargo los campesinos dependen de la demanda y oferta de los productos, no poseen manejo técnico de los cultivos y no existe planeación para los mismos además del alto costo de los fertilizantes, lo cual hacen de esta actividad un mal negocio.</p> <p>Actualmente existe la escuela de agricultores de papa conformado por la federación de paperos FEDEPAPA, donde la comunidad se capacita en el mejoramiento de su cultivo, utilizando insumos de mejor calidad, semillas mejoradas y aplicando la tecnología necesaria para sacar un producto al mercado.</p> <p>Generalmente el campesino solo vende su materia prima, debido a que la calidad y cantidad de productos no es suficiente para el abastecimiento de los mercados de las ciudades o incluso países, esto debido al desconocimiento en la tecnificación y falta de asociatividad para cumplir la demanda del mercado institucional.</p>

Fuente: Plan de desarrollo municipal Ubaque 2012-2015

http://www2.cundinamarca.gov.co/planeacion/redpec/entregasenlinea/municipios/UbaquePlan-Desarrollo-2012-2015/Ubaque_Diagnostico.pdf

Ubaque cuenta con una posición estratégica y múltiples potencialidades que articuladas con los planes regionales permitirán alcanzar adecuados niveles de competitividad en el corto plazo.

Tabla N 2 Aspectos Turísticos ⁷

VEREDA	SITIO
Cruz Verde	Páramo Cruz Verde. Puente de piedra
San Roque	Nacimiento del río palmar, Pozo verde
Belén	Pictogramas
Sabanilla	Pictogramas
Pueblo Nuevo	Peña Azul, Reserva Santabárbara, Cortaderal
Guayacundo	Cerros de Guayacundo y Quinto
Cacique	Laguna de Ubaque, Alto de la Virgen, Cuevas indígenas, arte rupestre y el hotel (Arcobaque).
Romero Alto	Quintas
Romero	Juntas Ríos Palmar y Río Negro, granjas
San Agustín	Piedra cueva, reserva hídrica, piscicultura
	Centro recreativo Los Guayabos
Río Negro	Playas del Río Negro
Fistega	Cerro Fátima y puente de tabla
Santa Ana	Lácteos santana
Santa Ana Baja	Puente la vara

Plan de desarrollo municipal Ubaque 2012-2015 <http://www.ubaque-cundinamarca.gov.co/apc-aa-files/30303461323365643963383734623963/plan-de-desarrollo-2012-2015-modificado.pdf>

6.4 Facilidades e infraestructura

Terrestres: En general el municipio presenta una buena comunicación entre cada una de las veredas y la cabecera urbana. Sin embargo ello no implica que la calidad de esta comunicación esté asegurada, sobre todo conociendo que la mayoría de estas vías no se encuentran pavimentadas en concreto asfálticas o hidráulicas y que los parámetros de trazado de las vías han obedecido al establecimiento de derechos de vía con criterios de camino real. Es importante presentar un inventario de las vías que intercomunican Ubaque con la región circunvecina:

⁷ <http://www.ubaque-cundinamarca.gov.co/apc-aa-files/30303461323365643963383734623963/plan-de-desarrollo-2012-2015-modificado.pdf>

Vía Ubaque -el empalme-Choachí-Bogotá: Es la principal vía que comunica a Ubaque con Bogotá. Actualmente está sin pavimentar desde Ubaque hasta Choachí. Esta vía está pavimentada desde Choachí hasta Bogotá y tiene dos carriles.

Un aspecto importante para los turistas es que la vía no tiene cobro de peajes lo cual facilita el acceso, y la cercanía del mismo ya que el trayecto es de Bogotá a Ubaque es de aproximadamente 1: 10 minutos.

La vía es de trascendental importancia por la comunicación con Bogotá y Fómeque (Centro polarizador de la región por servicios administrativos), por lo que es en orden jerárquico la Principal vía. Ubaque-Belén-Chipaque: Esta vía a pesar que no es pavimentada es de trascendental importancia desde el punto de vista agrícola por las veredas que recorre (Santa Ana, Puente amarillo, Guayacundo, Pueblo Viejo y Belén).

Vía Ubaque-Ganco-Caqueza: Esta es la Tercera vía principal que polariza la zona, y tiene importancia para el transporte de productos agrícolas para las veredas: Centro Afuera, FISTEGA, San Agustín y Ganco.Ana, Luciga, Romero Alto, Centro Afuera, Puente Amarillo, Centro Urbano.

6.5 Demanda Estudio de Mercado

6.5.1 Perfil

El perfil del cliente se visualiza de acuerdo al estudio de mercado realizado mediante una encuesta realizada medianas empresas , observando: el tamaño del mercado es cíclico porque hay épocas de temporada baja donde hay visitantes que vienen de otras ciudades que al no encontrar un lugar que les brinde las comodidades, prefieren efectuar la visita y regresar a la capital el mismo día. De ahí la importancia de ofrecer un alojamiento permanente para cautivar a esa clase de turistas.

La temporada alta se presenta cuando las personas salen a vacaciones en los meses de junio y diciembre y es cuando buscan lugares de acomodación que son escasas en el lugar.

- **Clientes potenciales.** Entre los clientes potenciales se encuentra el gremio de medianas empresas quienes de acuerdo a información suministrada mediante entrevista realizadas , estarían encantados de la propuesta del hotel para sus colaboradores para efectuar salidas empresariales y que por las característica propias de su actividad, están en función de implementar opciones diferentes para la optimización de resultados de sus organizaciones, esto representa un interesante mercado, que puede ser creciente en el mediano y largo plazo, en la medida que divulguen que existe un lugar que cubre las expectativas de un turista exigente.

Otros posibles clientes son los de las fundaciones que hacen allí su presencia que demandan la necesidad de un alojamiento porque la infraestructura de sus negocios no tiene esa finalidad.

Tabla No 3 Frecuencia de turistas en el municipio de Ubaque

Clientes	Promedio de visitas en fines de semana
Reales	400 personas a 700 personas
Potenciales	De 500 a 5000 en eventos especiales

Fuente: el autor, investigación de campo. Cifras del plan de desarrollo Municipio de ubaque 2015

6.6 Necesidad

El plan de negocios se hizo una vez se realizó una investigación de campo bastante detallada de la cual se presentaran resultados más adelante y que permitió concluir que definitivamente llevar un proyecto de tal naturaleza va a dar interesantes dividendos si se tiene en cuenta que cubre necesidades tales como:

- Encontrar un lugar cerca de la ciudad que permite hacer turismo con toda la familia.
- El deseo de personas que buscan un lugar de descanso ideal para pasar un fin de semana agradable cuando no se dispone de más tiempo por los compromisos sociales.

La pre factibilidad y factibilidad de la idea del negocio es real ya que de acuerdo a los indicadores y las proyecciones de sostenibilidad y de crecimiento del mismo, el Hotel es sostenible en un mediano y corto plazo.

Un factor relevante es de acuerdo a un estudio realizado por la OMT, el incremento de turistas alrededor del mundo,

Como es importante destacar la geografía y las posibilidades que tiene Colombia respecto a la ubicación que tiene a nivel mundial.

Su importante ubicación geográfica brinda un factor diferencial como es la biodiversidad tanto en su flora como su fauna.

Lo anterior brinda claridad de sostenibilidad del proyecto, al obtener un área de turismo poco conocido en la región y por explotar en la zona de Oriente y Cundinamarca

Tabla N.4 Matriz de diagnóstico en Proyección Turística (Periodo: 2012-2015)

LIMITACIONES	POTENCIALIDADES
En Ubaque el turismo hasta ahora no ha sido de gran importancia, puesto que no se contaba con infraestructura hotelera y los turistas que llegaban eran de paso, como lo es el caso del Turismo religioso que se ha venido realizando desde hace más de veinte años en el mes de Enero una caminata desde la ciudad de Bogotá, con una participación de 7.500 caminantes en promedio y que atraviesa el páramo de Cruz verde hasta llegar al centro Urbano donde se ofrece la misma como sacrificio en el marco de la Fiesta de la Virgen de Belén, en este recorrido pasan por los antiguos caminos de herradura que aún se conservan y que pueden llegar a ser aptos para nuevos programas de caminatas generando desarrollo eco turístico.	El turismo que más sobresale durante el año es el gastronómico que consiste en piquete de cerdo, gallina y amasijo, en este momento se cuenta con cuatro piqueteaderos dos rurales y dos urbanos que son muy visitados los fines de semana por diversos turistas de la ciudad y municipios vecinos. Este maravilloso municipio está ubicado a tan solo una hora y media de la ciudad capital y cuenta con grande atractivos naturales entre los que más sobresalen: los cerros de Guayacundo, Quinto y Llano Mesa, la Laguna, el rio Palmar y un extenso Páramo reserva natural.

Fuente: Plan de desarrollo municipal Ubaque 2012-2015 <http://www.ubaque-cundinamarca.gov.co/apc-aa-files/30303461323365643963383734623963/plan-de-desarrollo-2012-2015-modificado.pdf>

7. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

7.1 Nombre: HOTEL “EBAQUE”

(Ubicación: Km 4 vía Caqueza, Ubaque Cundinamarca. Y a 1:10 minutos de Bogotá.

7.2 Tamaño del Hotel

- **Área del predio:** cincuenta hectáreas de tierra.
- **Estilo:** Se trata de una construcción estilo chalet suizo que armonice con el medio ambiente natural del municipio de Ubaque en la vereda “FISTEGA”.
- **Valor del predio:** \$2000.000.000 (de 5 socios) (\$40.000.000 por hectárea)
- **Valor inversión total del proyecto:** \$ 6000.000.000. (A precios del año 2015)

Socios: Para la realización del proyecto se cuenta con un total de 10 socios, algunos de ellos habitantes del municipio y uno de ellos es el propietario del predio que se va a ceder para el proyecto.

Financiamiento: parte del financiamiento (40%) se va a efectuar con hipoteca del predio al Banco Agrario de Colombia y con recursos propios.

Tipo de sociedad: Limitada

Régimen: común

Responsabilidades fiscales: impuesto de renta y complementarios, ventas, retención en la fuente, impuesto al patrimonio (si se exceden los topes), ICA.

Fecha de iniciación proyecto: enero de 2016

Distancias: a 12 minutos del casco urbano del municipio Ubaque y a 1:10 minutos de la capital.

Logotipo:



Ilustración N. 1 Logotipo

Fuente: el autor con base a proyecciones del plan de negocios 2015

7.3 Promotores del negocio.

- Arnold Roncancio: abogado (copropietario del predio)
- Sandy Roncancio: agrónomo(copropietario del predio)
- Jorge Henríquez: ingeniero civil (copropietario del predio)
- Leónidas Agudelo: arquitecto (copropietario del predio)
- Andrés López: Economista (copropietario del predio)
- Juan Carlos Hernández: contador público (socio capitalista)
- Arturo Ochoa: administrador de empresas (socio capitalista)
- Yolanda Fernández: Psicóloga (socio capitalista)
- Ruth Campo: licenciada en educación física (socio capitalista)
- Alicia Villamarin: Medico (socio capitalista)

7.4 Naturaleza del negocio.

En general, se trata de la construcción de un hotel, para alojamiento a turistas que llegan a la ciudad de Bogotá en búsqueda de un lugar tranquilo en la sabana de Bogotá, para descansar y en donde puedan efectuar turismo ecológico, y dada su ubicación estratégica y la cercanía a la ciudad de Bogotá es el lugar perfecto para que puedan interactuar con la naturaleza y pasar sus vacaciones con la tranquilidad que ofrece un lugar que brinda la seguridad del caso.

Se espera ofrecer un servicio donde se conjuguen la buena atención, la buena mesa, y el trato amable del personal que va a trabajar en el hotel y de la sencillez de las gentes del lugar. En lugar dispondrá de todo lo necesario para ofrecer una buena recreación tanto a adultos como a niños y la oportunidad de efectuar paseos a pie y a caballo a reservas naturales como el páramo del Tablazo que queda muy cerca del lugar. También se dará la oportunidad para que cada persona siembre un pequeño árbol en un lugar destinado para tal fin de tal manera que cada quien estará colocando su grano de arena para mantener en armonía el ecosistema. Cada árbol sembrado llevará una placa de la familia que lo haya sembrado de tal manera que cuando regrese, va a ver que su obra está en pie y que han contribuido con la reforestación y recuperación del medio ambiente.

El sector turístico al cual va dirigido es básicamente turistas que llegan a la capital de la república y a turistas de otras ciudades.

7.5 Características del proyecto.

Se trata de un proyecto de gran envergadura porque una vez esté puesto en marcha prácticamente tiene asegurada su actividad, ya que por tratarse de un paraje muy parecido a los Alpes suizos, algunos funcionarios de embajadas y personas de la diplomacia hacen su arribo al lugar para pasar un día agradable, pero en vista de que no hay en el lugar un espacio que brinde la oportunidad de una estadía larga, se ven en la necesidad de regresar el mismo día. De ahí lo importante del proyecto porque al ofrecer unas instalaciones que brinden seguridad, confort, planes de turismo y posibilidad de albergar una buena cantidad de personas, la acogida va a ser cada vez más creciente, además que para el plan de trabajo se desarrolló un instrumento que permite cierta certeza de que se trata de una inversión productiva.

Este proyecto se desarrollara en el municipio de Ubaque que se encuentra situado en el Departamento de Cundinamarca a 56 Km de Bogotá y limita con: Norte: Municipio de Choachí, Oriente: Municipio de Fómeque, Sur: Municipios de Caqueza y Chipaque, Occidente: Bogotá, D.C.,

7.6 Origen de la idea de negocio

La idea de negocio surge como iniciativa del autor y presentada a varias personas profesionales que habitan en el municipio de quienes se reunieron para dar vida a un proyecto cuyo objetivo es contribuir con la preservación del medio ambiente por parte de los turistas que visiten el municipio y en especial las zonas aledañas. Cinco personas que habían adquirido un predio en la vereda FISTEGA porque les llamó la atención su ubicación estratégica se reunieron tiempo atrás para adquirirlo pagándolo por cuotas y aportando cada uno un valor como inversión inicial, lo que no hubiera sido posible si no se logra tal integración para conformar una sociedad que les permitiera capitalizar en el mediano plazo.

Una vez cancelado el valor del predio por un precio muy exequible, se mantuvo el lote como engorde para que se valorizara, luego se asociaron con otros cinco amigos también profesionales que aportaron dinero en efectivo para que la sociedad se consolidara de forma equitativa. Una vez creada la sociedad y mediante escritura pública se procedió a efectuar un préstamo al Banco Agrario de Colombia dejando como hipotecado el predio, para solicitar un préstamo para la construcción del plan de negocio que aquí se está planteando y que gracias a los recursos obtenidos con los cinco socios restantes más el empréstito se propone llevar el proyecto que se ha venido exponiendo a lo largo del documento. Teniendo ya la idea de negocio, se propone hacer una inversión que esperan de buenos resultados y para lo cual aquí se presentarán algunas proyecciones del negocio.

7.7 El Hotel “EBAQUE”.

7.7.1 Concepto del negocio.

Hotel, ubicado en la vereda FISTEGA del municipio de Ubaque (Cundinamarca), es una empresa cuyo propósito de ofrecer servicios de alojamiento y turismo ecológico, donde el turista tendrá la oportunidad de interactuar con hermosos paisajes ofreciéndose caminatas por los senderos ecológicos, cabalgatas y la practicar de deportes. Además de ofrecer un espacio de tranquilidad y verdadero esparcimiento, que surgió como una idea de negocio propuesto por el investigador a un grupo de personas conocedoras y habitantes del lugar con experiencia en la industria del turismo y el conocimiento teórico práctico para llevar a cabo tal empresa. , donde se podrá disfrutar de la naturaleza y vivir una experiencia única, donde se podrá interactuar con la granja disponible para los visitantes y donde será atendido en un ambiente de camaradería por quienes hacen parte del servicio del hotel

Con una capacidad en promedio de 100 personas, ya que va a contar con 50 habitaciones confortables de acomodación sencilla, doble y cuádruple, con el objeto de cumplir y satisfacer las necesidades de la demanda las cuales contarán con baño privado y agua caliente, además de todo el mobiliario como colchones, cobijas, sábanas, almohadas, lámparas de mesa, mesas de noche, nevera ejecutiva con una colección de vinos y alimentos de diversa naturaleza; sillas auxiliares confortables y una mecedora. Dispensador de agua, servicio de teléfono, televisión y un portátil para consultar internet.

Con un entorno lleno de prados, jardines, donde pueden disfrutar del ambiente natural más sano del oriente de Cundinamarca, leer un buen libro, compartir unas bebidas en una tarde soleada o bajo las estrellas, cenar en privado a la luz de la luna, entre flores, música y el calor de una buena chimenea, son unos de los muchos placeres que usted podrá disfrutar.

Para consulta se pueden utilizar la página web que está en etapa de construcción y los correos electrónicos o enviando un mensaje a través del formulario de contacto en la red. Ubicación lejos de cualquier congestión urbana, lo lleva a disfrutar del más puro y renovador aire fresco de la Sabana de Bogotá. Unos pocos días en nuestro hotel descongestionarán sus pulmones y lo llenarán de vida y optimismo.

Pueden disfrutar de las mejores vistas sobre un paisaje de ensueño sobre el valle del encantador municipio. Los innumerables matices de verdes y el cambiante pasar del día lo harán vivir todo un espectáculo visual y lo ayudarán a descansar.

Ubaque se destaca por ser uno de los municipios más tranquilos del país, la ubicación en la parte alta de la montaña hace de este lugar uno de los más seguros y privados del área.

7.7.2 Servicios que prestará el hotel EBAQUE

Servicios Básicos

- Zona de Recepción
- Servicio de Administración
- Servicios generales
- Zona de alimentación Zona de alimentación. Restaurante con comidas típicas de la región como por ejemplo; las arepas de maíz, chócolo, carnes de todas las clases, pescados, frutas, bebidas. Además se cuenta con una cocina para cocer los alimentos al carbón.

Preparación de alimentos para su disfrute una alimentación casera pero balanceada y tratamos de hacerlo sentir mejor que en su casa. Nuestras especialidades culinarias se acomodarán a su gusto y exigencias Visite nuestra página web.

- Servicios Sociales
- Hospedaje familiar: El servicio de hospedaje se caracterizará por ofrecer en lo posible y en la medida que no perturbe su privacidad, el mejor ambiente familiar y de amistad.

- Alojamiento. Estará constituido por 50 habitaciones cada una con baño privado, zonas sociales y capacidad para cuatro personas cada habitación dotada con dos camas, y un camarote, sabanas y cobijas.

Así como servicios complementarios como por ejemplo:

- Biblioteca. Con más de cien libros muchos de ellos con temas ecológicos. Los cuales se puede tomar y llevar a las habitaciones previo registro.

En Ubaque encuentra Cabalgatas, Caminatas Ecológicas, Aire Puro, paz y Tranquilidad, Riquezas paisajísticas, Gente Amable, Gastronomía, Alojamiento, Agricultura Orgánica, Hermosos Senderos,

Siembra de árboles que se venden en el hotel porque habrá un vivero con árboles que se tendrán en semilleros en el hotel. (Mapas ecológicos).

- Zona de cine. Para ver diversidad de películas de toda
- Disponibilidad de conductores. Para quienes deseen dar una vuelta por la región en un auto adecuado ecológicamente para satisfacer esa necesidad, especialmente para personas de la tercera edad.
- Área de recreación para niños. Juegos como columpios, rodaderos y visita a una pequeña granja disponible para los visitantes.
- Zona de cajeros automáticos. Se espera tener el concurso de algunos bancos que ofrezcan dicho servicio de acuerdo al crecimiento del negocio.

Por su excelente ubicación geográfica y por los beneficios que trae al estar en inmediaciones de la capital de la República con climas que va desde 10 a 23 °C ideal para practicar deportes como el atletismo, gimnasia, y ciclismo entre otros, acompañados por aire sin contaminación.

Las vías de acceso al hotel se encuentran en proceso de pavimentación y los caminos de llegada se encuentran en buen estado de manera que cualquier vehículo llega fácilmente y en muy poco tiempo, a pesar de estar ubicado en la parte alta de la montaña, con vista a un hermoso valle que nos muestra gran variedad de gama de verdes siendo un lugar muy apropiado para descubrir, alejarse o simplemente descansar.

Contacto. Por medio de Internet, en la web que se va a construir para tal propósito allí se encontrarán los teléfonos de contacto tanto en Bogotá como en el municipio de Ubaque para efectuar las reservas, también números de teléfonos celulares para mayor comodidad. Por el correo electrónico al cual podrán acceder para aclarar inquietudes. Si requiere de un medio de transporte para ser llevado directamente desde el aeropuerto, hotel, o terminal de transporte, para ser recogido por uno de nuestros colaboradores de servicio al cliente. Paquetes de actividades con tarifas y descuentos especiales para grupos.

7.8 Principios Organizacionales

7.8.1 Misión.

Contribuir con desarrollo social y económico del municipio de Ubaque brindando alojamiento, recreación esparcimiento por medio de actividades de desarrollo de rural.

7.8.2 Visión.

Al año 2020 ser un Hotel reconocido en el sector del oriente de Cundinamarca siendo una empresa líder en desarrollar actividades turísticas tendientes a la protección del medio ambiente haciendo de Ubaque un municipio verde.

7.8.3 .Política Empresarial.

Brindar servicios relacionados con la actividad de turismo mediante la construcción de un Hotel con características rurales direccionadas a la conservación del medio ambiente, ofreciendo seguridad con la colaboración de un grupo humano competente, capacitado y con valores éticos y morales dedicado a la aplicación de mejoras continuas en cada uno de los procesos y cumpliendo con estándares de calidad, y los requisitos de orden legal.

7.8.4 Valores corporativos.

Los valores corporativos de nuestra empresa son:

- EL Respeto
- La Honestidad
- El Cumplimiento
- La Ética
- Responsabilidad ambiental
- Profesionalismo
- El buen servicio

7.9 DESCRIPCIÓN DEL HOTEL

En este apartado se incluye la descripción del proceso productivo, las necesidades de personal, mobiliario y medios de transporte

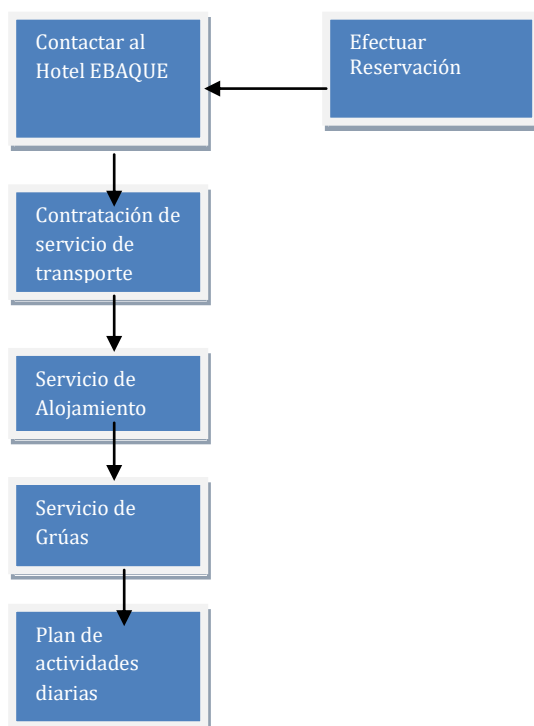


Ilustración N. 2 Descripción de proceso del servicio al cliente
Fuente: el autor con base a proyecciones del plan de negocios 2015

Los insumos que se emplearan para la adecuación del hotel serán como a continuación se detalla:

Tabla No. 5 Insumos del Hotel

	valor estimado anual
Escritorios para oficina	2000000
Sillas para oficina, sala, comedor, habitaciones	900000
Camas, camarotes	4000000
Mesas de comedor	3000000
Mesas de noche	3000000
MecedoraS	1000000
Artículos de papelería	13900000
Esferos y lápices, borradores, tajalápices	2000000
Papeleras	3000000
Papel carta y oficio	3000000
Papel membreteado	3000000
Libros contables	200000
Sellos	100000
Electrodomésticos:	11300000
Televisores	8000000
Dvd	4000000
Neveras	3000000
Estufas	3000000
Calentadores	5000000
Hornos microondas	4000000
Ventiladores	3000000
Lámparas de mesa y otras	3000000
Bombillos	2000000
refrigeradores	9000000
Artículos electrónicos y sistemas	44000000
Computadores	15000000
Impresoras	8000000
Escáneres	7000000
Teléfonos (fax y fijos)	3000000
Citófonos	3000000
Celulares	3000000
Cámaras fotográficas	3000000
Video grabadoras	4000000
Calculadoras	1000000
Registradoras	5000000
Artículos de aseo	52000000
Jabones	200000
Aromas	100000
Toallas	300000
Escobas	300000
Traperos	300000
Cepillos de aseo para pisos	300000
Recogedores de basura	300000
Canecas para basura	200000
Ceras y emulsiones	700000
Artículos para habitaciones	2700000
Almohadas	300000
Cobijas térmicas	4400000
Sábanas y sobre sábanas	400000
Colchones	2000000
Vinos habitaciones	2000000
Medios de transporte aportados por los socios	9100000
Vehículos para pasajeros (2) en alquiler	30000000
Vehículos de carga (2) en alquiler	20000000
Vehículos pequeños (2) en alquiler	15000000
	65000000
TOTAL	198,000,000

Fuente: el autor con base a proyecciones del plan de negocios 2015

Nota: la renovación de enseres por desgaste en el tiempo se considera un estimado del 15% anual, es decir que cada año, efectúan nuevas provisiones para tal efecto.

7.10 Sistema financiero

- Solicitud a bancos de cajeros automáticos
- Tarjetas de crédito y debito
- Chequeras

7.11 Identificación de proveedores

Nuestros proveedores serán los almacenes de cadenas con precios cómodos. Almacenes Éxito, Carrefour, Alkosto, entre otras cadenas de almacenes que ofrecen abastecimiento dentro y fuera de la ciudad.

La contratación de personal se efectuará de la siguiente manera:

Tabla No 6 Contratación de Personal Necesidades

Personal del Hotel	Cantidad
Gerente	1
Director de DDHH	1
Subgerente	1
Asistente de Gerencia	1
Contador	1
Secretario (a)	1
Veterinario de Granja	1
Auxiliares de Oficina	2
Personal servicios generales	6
Vigilante	4
Guía Turístico	1
Conductores	1
Cocineros	6
Mensajero	1
Director de mercadeo	1
Ejecutivo de Ventas	1
Facilitadores	1
Operador sendero	1
Jefe de seguridad	1
Operador tienda	1

Fuente: el autor con base a proyecciones del plan de negocios 2015

8. ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS.

En este capítulo estableceremos la relación de las necesidades de personal que se va a requerir para el proyecto del hotel EBAQUE, incluyendo una descripción de las personas con la enumeración de sus responsabilidades. También se procede a presentar un organigrama de la empresa por áreas de actividad.

Tabla N. 7 Requerimientos de personal y salarios de los colaboradores en el hotel EBAQUE
(Cifras en miles de pesos)

Área Administrativa	Vr Unitario	Valor Total
Personal del Hotel		
Gerente	3000000	3000000
Director de DDHH	2000000	2000000
Subgerente	1800000	1800000
Asistente de Gerencia	1000000	1000000
Contador	1300000	1300000
Secretario (a)	900000	900000
Veterinario de Granja	1300000	1300000
Auxiliares de Oficina	900000	1800000
Personal servicios generales	700000	4200000
Vigilante	700000	2800000
Guía Turístico	700000	700000
Conductores	700000	700000
Cocineros	700000	4200000
Mensajero	700000	700000
Director de mercadeo	2000000	2000000
Ejecutivo de Ventas	1300000	1300000
Facilitadores	700000	700000
Operador sendero	700000	700000
Jefe de seguridad	1200000	1200000
Operador tienda	700000	700000
	23000000	33000000

Fuente: el autor con base a proyecciones del plan de negocios 2015

8.1 ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA.

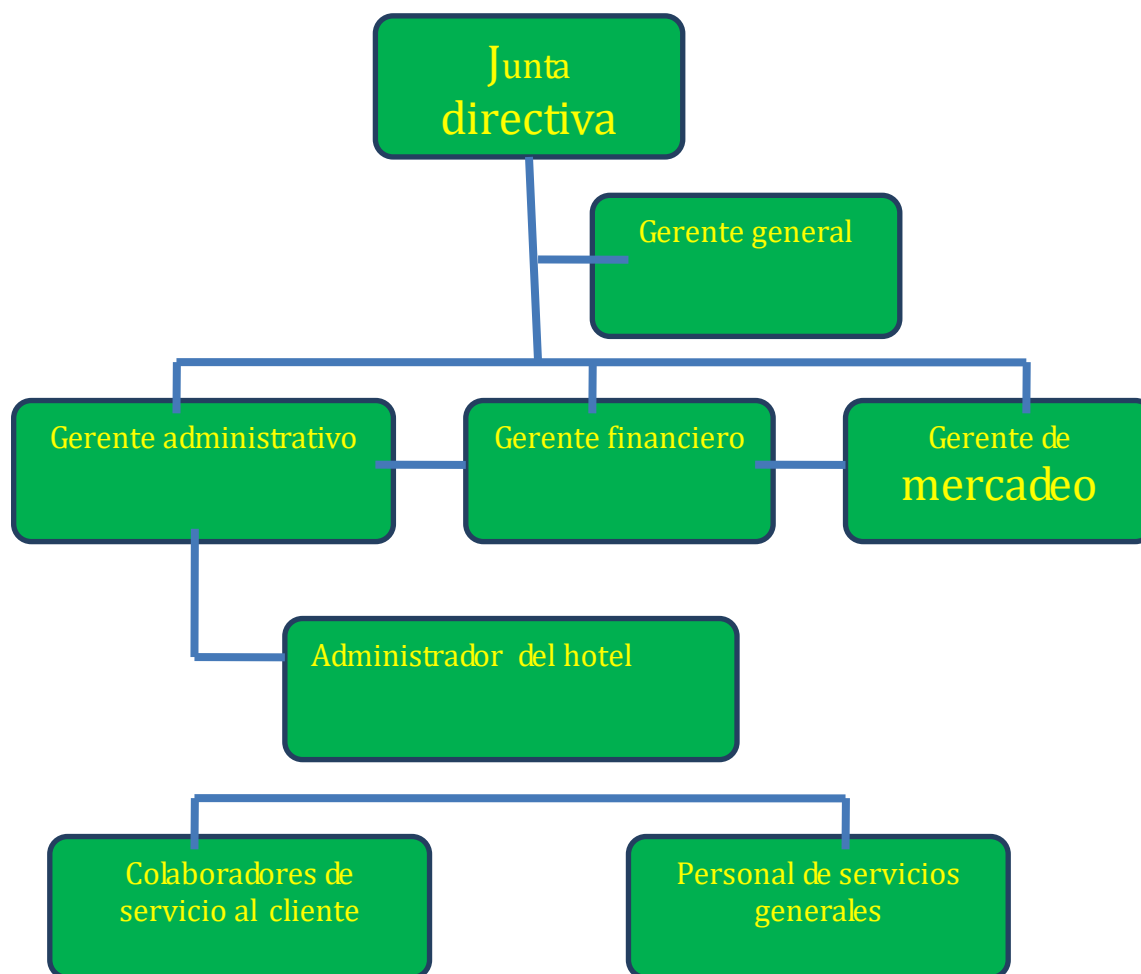


Ilustración N 3 Organigrama de la empresa
Fuente: el autor con base a proyecciones del plan de negocios 2015

8.2 Perfil del Recurso Humano.

- Gerente hotel: **Administrador Hotelero y Turístico, Administrador de empresas o economista, con habilidades para dirigir personal, liderazgo y trabajo en equipo. Capacidad de comunicación efectiva y toma de decisiones.**
- **Director DDHH:** Psicólogo, trabajadora social, con habilidades para dirigir personal, liderazgo y trabajo en equipo. Capacidad de comunicación efectiva y toma de decisiones.
- **Subgerente:** Administrador Hotelero y Turístico, Administrador de empresas o economista, con habilidades para trabajo en equipo. Capacidad de comunicación efectiva y toma de decisiones.

- **Asistente de gerencia:** seis semestres de administrador de empresas, o ingeniería industrial con habilidades para trabajo en equipo. Capacidad de comunicación efectiva.
- **Contador:** profesional en contaduría pública con experiencia en manejo de nómina, análisis financieros e impuestos.
- **Veterinario de granja.** Profesional en veterinaria, excelente, destreza para trabajar bajo presión y por objetivos. Habilidad para tomar decisiones y liderazgo.
- **Secretaria.** Bachiller o técnica en informática con experiencia en atención al público y don de gentes.
- **Auxiliar de oficina.** Bachiller, técnico o tecnólogo con experiencia en manejo de computador, kardex, etc.
- **Aseadora.** Cuarto grado de nivel secundaria, con habilidades y destrezas, atención al cliente, trabajo bajo presión.
- **Vigilante.** Bachiller con conocimiento y destreza en el manejo de armas, con don de gentes y de actitudes moderadas
- **Guía turístico;** Guía con conocimientos de la región y cursos de primeros auxilios.
- **Conductor.** Bachiller con pase de quinta y conocimiento de la región, don de gentes
- **Cocinera.** Cuarto año de secundaria con experiencia en manipulación de alimentos y la debida acreditación.
- **Mensajero.** Bachiller con conocimiento de la región, persona hábil y con destrezas para efectuar los encargos con eficiencia.
- **Director de mercadeo.** profesional en gerencia de mercadeo o administrador de empresa con conocimiento de la región y manejo de clientes.
- **Ejecutivo de ventas.** Bachiller con cursos en ventas, técnico o tecnólogo en ventas y habilidades para comunicarse y trabajar en equipo
- **Facilitadores:** estudiantes de mínimo sexto semestre en carreras profesionales, con un amplio conocimiento de los lugares a visitar y capacidad de comunicación.
 - **Operador sendero.** bachiller encargado de organizar previamente las actividades relacionadas a la jornada pedagógica, en las instalaciones del parque ecológico. Incluye la preparación de: Material (si el grupo lo requiere), señalización Disposición de cada espacio para las actividades, acompañamiento (como apoyo durante la jornada)
 - **Operario tienda.** Bachiller con experiencia en ventas y atención al público.

- **Director de seguridad.** Ingeniero industrial o administrador de empresas con amplia experiencia en el manejo de logística y cursos de seguridad empresarial.

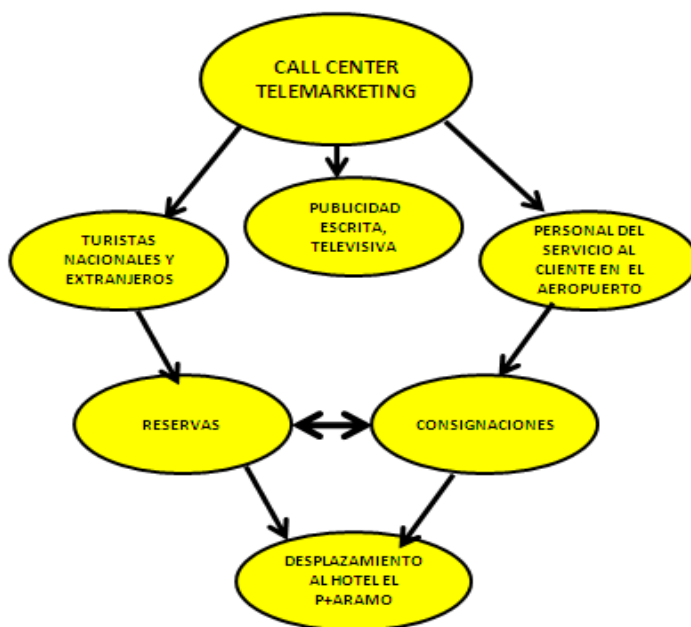


Ilustración N. 4 Flujo grama del servicio en el hotel EBAQUE
Fuente: el autor con base a proyecciones del plan de negocios 2015

8.3 Ventaja Competitiva

El factor humano es esencial en el Hotel EBAQUE, ya que su personal es calificado que permitirá ofrecer un servicio de diferente. Basado en el conocimiento demográfico del municipio con gran sentido de responsabilidad y conocimientos de recorridos turísticos.

La sostenibilidad económica e fundamental por eso el objeto en este aspecto es mantener la demanda de clientes (turistas), durante todo el año.

Al ser un Hotel, ubicado en la sabana de Bogotá se tiene como objetivo brindar servicios a grupos familiares y empresas, siendo diferentes a otros servicios que se pueden presentar en la sabana de Bogotá. Y como empresa evidenciara cualidades con gran distinción como es:

- Efectividad, reflejada en el servicio
- Comunicación efectiva, entre los colaboradores , y colaboradores y clientes

- Planeación y Control, para la ejecución de lo planeado, cumplimiento de la parte legal.
- Preparación, de los colaboradores del hotel para todo tipo de prestación relacionada.
- Conocimiento, de las actividades turísticas así como el conocimiento del entorno

Lo anteriormente señalado se refleja con la observación de la competencia, pruebas realizadas con personas del sector, un factor importante es la alianza que se evidencia con los habitantes de la vereda y sus alrededores, con el objeto de posicionar y darle reconocimiento la marca del Hotel, dando a conocer la política organizacional y misional de la empresa.

Igualmente, las personas del aportan su conocimiento y experiencia para así generar una ventaja competitiva, al estar en una zona de la sabana de Bogotá donde el medio ambiente y el clima no afectara las vivencias del cliente.

8.4 Diferencias con la competencia

El hotel EBAQUE se diferencia de la competencia por lo siguiente:

- Se trata de una opción en el municipio de Ubaque con una propuesta de alto nivel.
- El perfil que tiene el hotel lo pone a la vanguardia por la variedad de servicios que ofrece.
- Tiene una logística propia que le permite a los turistas conseguir lo que necesitan sin desplazarse al casco urbano o a la ciudad.
- El proyecto pretende ser el más grande del municipio en cuanto a construcción de estructura con tal objetivo. (5000 mts cuadrados de construcción).
- El hotel ofrecerá el servicio de piscina climatizado que no tiene ningún hotel en la región.
- Prestación de servicios informáticos tales como internet, telefonía etc.
- Sala de conferencia y biblioteca

Tabla N. 8 Análisis de competencia

Empresa		Mirador San Nicolás			
Descripción del negocio		Turismo ecológico			
Ubicación		MUNICIPIO DE UBAQUE			
Producto	Participación en el mercado	Ventajas de la competencia	Desventajas de la competencia	Precio de venta	Estrategia de mercadeo
Servicios turísticos	La empresa maneja un 40% del mercado y es una de las pocas representativas que hay en el mercado de tal naturaleza	El tiempo que tiene en el mercado que es de 7 años	Espacio y ubicación donde se encuentra y esta segmento o	El valor de venta por el servicio de alojamiento es en promedio \$60,000, es decir un 35% por debajo de lo que el hotel EBAQUE va a ofrecer con todas las comodidades	La estrategia que emplea la empresa es básicamente por medio de clasificados en internet y por medio de una página web que disponen para tal fin

Fuente: el autor investigación de campo en el municipio de Ubaque 2015.

8.5 Estrategias de comercialización

Existen diversas estrategias que se pueden utilizar para ampliar los canales de comercialización para acceder a nuevos segmentos de mercado dentro de las cuales están:

8.6 Penetración del mercado.

La que emplea la empresa ya que opera sobre un mercado que mediante medios publicitarios y un sistema de promoción e incentivo de los servicios que ofrece el Hotel EBAQUE, se propone cautivar un mercado aun sin explotar en el sector, ya que la competencia no cuenta con la logística que ofrece el proyecto aquí expuesto y el nivel de cubrimiento es muy bajo. Siendo aproximadamente del 35% entre empresa que figuran como una posible competencia.

- **Desarrollo del mercado.** Con los servicios que ofrece el plan de negocios del hotel EBAQUE, la intención es dirigir su atención a nuevos ámbitos geográficos para cautivar a los turistas que llegan a la región. Se pretende lograr un aumento muy significativo de alojamiento

de personas en el hotel mediante paquetes ecos turísticos atractivos y a precios ajustados al mercado.

- **Competencia.** La idea es atraer clientes nuevos y lograr un nivel de satisfacción logrando un arraigo para el voz a voz y el crecimiento de la empresa. Mediante folletos explicativos se pretende hacer conocer a los turistas que frecuentan el lugar de las bondades y las comodidades que ofrece el hotel EBAQUE.

Tabla N. 9 Estrategias para implementar el proyecto

Estrategia	Que contempla
Se define el mercado objetivo que son los turistas que visitan el municipio de Ubaque y los que potencialmente irían a visitarlo y buscar alojamiento, motivados por el turismo ecológico.	Se requiere conocer las necesidades de los turistas en materia de turismo
Desarrollo del servicio	Diseño de acuerdo con las necesidades ,gustos y preferencias que buscan los turistas en un lugar como el municipio de Ubaque
Promoción	Teniendo claro el mercado objetivo y los productos y servicios que se ofrecen por parte del hotel EBAQUE, se plantean campañas publicitarias que incluyan promociones y se manejen adecuadamente las relaciones públicas.
Venta de servicios	Se define con claridad el grupo de servicio al cliente que va a estar en el proceso de atraer a los turistas
Comunicación e imagen empresarial	Posicionamiento del hotel EBAQUE, en procura de reconocimiento del mercado
Calidad	En el plan de negocios se propone la calidad como elemento importante en el proceso ya que constituye un factor de productividad empresarial.

Fuente: el autor investigación de campo en el municipio de Ubaque 2015.

8.7 Factores claves del éxito

- Tiene una perspectiva de mercado creciente
- Se trata de un producto único cuya intención es ofrecer buenos precios y una alta penetración en productos como en servicios.

- Es una actividad que va a ser requerida por muchas personas con perfil diferente, que no tiene la posibilidad de ir muy lejos de la ciudad por sus compromisos.
- Se trata de un plan de negocios accesible económicamente y hay una percepción de que se trata de un negocio rentable y que ayuda socialmente.
- Ubicado en la zona rural más creciente de la región
- Entorno natural, lejos del ruido y la polución del área urbana
- Es uno de los pueblos más hermosos de la región
- Innovación tecnológica porque el hotel va a contar accesos a tecnología donde los visitantes pueden desarrollar sus actividades cotidianas sin traumatismos.

8.8 Ventajas competitivas

Las principales ventajas competitivas son las siguientes:

- Se cuenta con el terreno que es lo más importante y que dadas sus características está en un lugar muy estratégico.
- Algunos de los socios capitalistas habitan en el sector y conocen de mercadeo, además tienen claras las necesidades en materia de turismo ecológico en la zona.
- Entre los socios hay arquitectos encargados de los planos y el diseño del hotel, dándole unas características únicas.
- Se cuenta con los recursos para el proyecto, y la financiación está asegurada con el Banco Agrario de Colombia.
- Se cuenta con permisos especiales y medio ambientales, otorgados por la alcaldía del municipio de acuerdo a las políticas brindadas por el gobierno.
- Se tiene logística tanto en el casco urbano del municipio como en la ciudad de Bogotá para emprender campañas publicitarias en las oficinas del proyecto.
- Se cuenta con personal preparado en labores de mercadeo y venta de los servicios, para penetrar nichos de mercado.

8.9 Responsabilidad

La responsabilidad social se ha convertido en un compromiso de obligatorio cumplimiento por parte de las empresas y grupos de interés que contribuyen al desarrollo de las mismas.

Por esto EL HOTEL EBAQUE ha diseñado políticas para que cada actividad ejecutada en el servicio y cada miembro de la organización, se desempeñe acorde a comportamientos basados en la ética profesional y humana generando impacto favorable para la sociedad.

En su orden, son:

- Realizar salidas de manera responsable, causando el mínimo impacto posible a las zonas naturales.
- Ayudar y promover el respeto por el medio ambiente.
- Manifestar un ambiente de libertad, confianza e igualdad para los integrantes del recorrido, fortaleciendo así la estimulación y sensibilización por el cuidado del medio ambiente.
- Promover las buenas prácticas ecológicas tomando como modelo de bienestar y salud los lugares visitados.

Ubaque se ha mantenido como municipio verde, productor agropecuario, posee gran riqueza en biodiversidad, gracias a la variedad de climas. Hay problema de deforestación en la zona del Páramo lo que puede tener impacto para el abastecimiento futuro de agua. Hay peligro de rompimiento de la corteza terrestre por falla geológica: Ubaque está dentro de la Falla Tectónica de Quetame, lo que la ubica dentro de las zonas de alto riesgo y vulnerabilidad., afluentes del río Bogotá, con bosques naturales localizados en el páramo, con buena seguridad para personas y bienes, con una comunidad de muy buena calidad humana.

El municipio tiene la voluntad política y popular de instaurar un programa de turismo Colaborativo entre la Nación junto con el sector privado considerado, la generación de empleo, el crecimiento del turismo y la conservación y protección de los recursos naturales como áreas prioritarias en el plan de desarrollo.

Los hoteles turísticos se presentan como alternativa de mercado, para quienes son amantes del turismo ecológico, turismo de aventura, turismo rural, mediante los cuales se pretende sustituir las opciones de recreación de las personas, dando la oportunidad de realizar turismo ecológico.

Para la implementación y construcción del hotel, contamos con personal calificado para atender todas sus necesidades y para brindar una experiencia única compartiendo con los habitantes del municipio quienes son gentes muy hospitalarias. El proyecto beneficia al municipio de Ubaque y específicamente la vereda “FISTEGA” puesto que permite desarrollar su economía y hacerla conocer en todo el mundo como un lugar a visitar. La importancia del plan de negocio es que se está desarrollando en un municipio que incentiva el mejoramiento del medio ambiente, de ahí que Ubaque haga parte de un plan denominado **municipio verde**. La importancia radica en preservar las reservas ecológicas del municipio como la reserva del páramo del Tablazo entre otras. Los mercados potenciales a nivel local son los habitantes de la ciudad de Bogotá y municipios vecinos (Caqueza, Fómeque, Choachí, la Unión, Une etc.) y los turistas nacionales e internacionales provenientes de: Europa, Norte y sur América. Con el proyecto lo que se pretende es crear un sitio en las cercanías de la ciudad de Bogotá. Esta iniciativa se constituye en oportunidad para personas que les agrada el ambiente ecológico, para desarrollar caminatas en un ecosistema acogedor y lo más importante a poco tiempo de la ciudad capital

9. PLAN ESTRATÉGICO Y DE MARKETING.

Nuestro mercado potencial está determinado por las personas que habitan en la ciudad de Bogotá principalmente, también de municipios aledaños, de personas que vienen de otras ciudades y del exterior que vienen con la intención de lograr un espacio de paz y tranquilidad en un ambiente natural. En este punto se van a exponer los contenidos de los principales elementos presentes en un plan de marketing como son: los objetivos de la empresa, puntos débiles y fuertes del proyecto (matriz DOFA), las razones para la elección de nuestra estrategia competitiva y los planes de acción concretos para alcanzar nuestros objetivos. También se

presentará la metodología del estudio de campo realizado para conocer las opiniones de la población frente a la puesta en marcha del proyecto.

9.1 Análisis DOFA

Tabla N. 10 Análisis de debilidades, oportunidades fortalezas y amenazas (DOFA)

[illegible]

ASPECTOS	10 %	20 %	30 %	40 %	50 %	60 %	70 %	80 %	90 %	100%
MERCADO										
Tendencias mercado nacional							X			
Tendencias mercado internal							X			
Actuales competidores	X									
Productos actuales								X		
Nuevos productos								X		
Nuevos competidores	X									
NORMAS										
Normas nacionales								X		
Normas departamentales								X		
Normas municipales								X		
TECNOLOGÍA										
Nuevas tecnologías								X		
OTROS ASPECTOS										

Fuente: el autor con base a proyecciones del plan de negocios 2015

9.2 Análisis matriz

En el siguiente se analiza la información del análisis de acuerdo al comportamiento de la información y se identifica lo relacionado a continuación:

El proyecto tiene las siguientes fortalezas

- La ubicación estratégica: a pocos minutos de la ciudad y rodeada de reservas naturales.
- Se cuenta con el predio y en el lugar indicado
- Reconocimiento mediante campañas publicitarias orientadas a divulgar la ubicación y los servicios que ofrece el hotel
- El modelo de negocio: tiene la posibilidad de aumentar sus ventas (en \$ y unidades) sin necesidad de grandes aumentos en sus costos directos
- Diversificación: la variedad de productos que ofrece el hotel le confiere una gran estabilidad
- Evolución del negocio: tiene la posibilidad de crecimiento permanente
- Precios muy atractivos
- Innovación tecnológica de punta
- No existe peajes en el recorrido
- Sitio muy seguro
- Geografía privilegiada
- Variedad gastronómica
- Servicio al cliente
- Crecimiento en la rentabilidad.

El proyecto tiene las siguientes Oportunidades

- Aumentar la pre-venta del servicio mediante reservaciones anticipadas.
- Servicios electrónicos (Web) con tecnología en crecimiento.
- Incremento de la demanda de servicio por turistas que se enteren de las bondades del lugar.
- Expansión del mercado
- La conservación del medio ambiente está de moda.

El proyecto tiene las siguientes Debilidades

- Cierta complejidad del negocio: al aumentar la variedad de productos y servicios.
- Durante el inicio de proyecto los costos de mantenimiento pueden ser un poco elevados.

El proyecto tiene las siguientes Amenazas

- Precios variables en el transporte y en el combustible.
- Elevación de precios de los servicios públicos domiciliarios.

9.3 Razones para la elección de nuestra estrategia competitiva.

- Posibilidad de costos bajos por el volumen de compras a proveedores
- Adelantamiento a las necesidades de los consumidores de servicios turísticos ecológicos con ideas innovadoras.
- Posicionamiento de la empresa sabiendo que la competencia tiene deficiencias en el cubrimiento del servicio de forma masiva.
- Logística acorde con la seguridad que demandan los usuarios del servicio.
- Ofrecimiento de una gama de servicios que la competencia no está en posibilidad de brindar.
- Segmentación del mercado a turistas exigentes.
- Posicionamiento por estilo de vida. (turistas con necesidades específicas)

Se colocará un stand en una oficina dispuesta para tal fin en el casco urbano y en otra oficina con sede en la ciudad de Bogotá donde se ofrecerán los mejores planes vacacionales para turistas, rodeados de naturaleza y diferentes aventuras.

9.4 La presencia de la competencia.

La importancia de este plan de negocios radica en que la competencia es muy escasa, y además ninguno tiene como filosofía u turismo tal como se plantea en este trabajo. Además de que se trata de oficinas que tienen una pequeña logística para ofrecer planes de alojamiento, el cual va dirigido a grupos pequeños.

Tabla N. 11 Empresas dedicadas al turismo en el municipio de Ubaque

UBICACIÓN	NOMBRE
Ubaque	Mirador San Nicolás

Fuente: el autor. 2015 con base a investigación de campo efectuada.

9.5 Mercado en expansión

De acuerdo con la encuesta practicada (ver anexo) se puede inferir que se trata de un mercado en expansión, en la medida que el potencial de personas que se puede atraer hacia el municipio y en especial a la vereda “FISTEGA” es significativo, teniendo en cuenta que los desplazamientos son muy cortos y que con campañas publicitarias los resultados van a ser muy positivos.

9.6 Estrategia de publicidad

Estrategia publicitaria con folletos consiste en repartir por la ciudad especialmente en agencias de turismo, ofreciéndoles a estas el pago de un porcentaje por turista. De igual forma la campaña de promoción tendrá entre sus sitios estratégicos para la repartición de folletos en la Terminal de transporte y aeropuerto de la ciudad. Nuestra meta principal es contactarnos con los grandes operadores de turismo a nivel nacional como por ejemplo Avianca.

9.7 La importancia de la página web.

Se trata de un medio de promoción importante para dar a conocer la empresa de ecoturismo. Esta tendrá datos importantes como dirección del hotel, ubicación geográfica, precios y promociones, número de cuenta para pagos, teléfonos, entre otros datos.

Uno de los objetivos es asociar nuestra página web en la red, con otros sitios web de turismo y ecoturismo, a través de link con contenidos tales como:

- Enlace en la página de promoción turística del municipio de Ubaque
- Mincomercio
- Proexport
- Buscadores (Google; Bing, Yahoo!).

9.8 Planes de acción concretos para alcanzar nuestros objetivos.

- Definición del mercado turístico que se desea atraer haciendo énfasis en el turismo ecológico como bandera de la empresa.
- Consolidar la meta de atraer el mayor volumen de turistas que sea posible con campañas publicitarias bien direccionadas y orientadas.
- Fijamiento de metas de cumplimiento y lograr llegar a ellas.
- Mantener la ética del negocio siempre orientado a la preservación de los recursos naturales.
- Hacer de los turistas que lleguen al hotel EBAQUE una familia que se identifica con el mejoramiento del medio ambiente.
- Capacitación permanente al personal para efectos de mantener la filosofía de turismo ecológico.
- Incluir en el proceso a personas que puedan aportar al crecimiento y desarrollo del proyecto.
- Visualizarnos como la primera empresa en el país que hace turismo ecológico con responsabilidad.
- Mantener los niveles de credibilidad y optimismo en que el proyecto va a ser todo un éxito empresarial.

9.9 Acciones estratégicas a seguir:

- Planeación
- Control
- Estrategia del negocio
- Implementar planes de acción

9.10 Producción Hotelera Tarifas

Base para proyectar ingresos del proyecto en su iniciación en el mes de enero de 2016 teniendo en cuenta precios del año 2015.

Los ingresos varían dependiendo las temporadas, tres: Alta, media y baja, y se ha partido del supuesto de que las personas se hospedan por lo menos una noche dos días.

Tabla N. 92 Tarifas hospedaje por temporadas (Alta media baja) explicar por qué y que incluye

TEMPORADA	TARIFA NOCHE DE ESTADÍA POR PERSONA
ALTA	\$240.000
MEDIA	\$180.000
BAJA	\$140.000

Fuente: el autor con base a proyecciones del plan de negocios 2015

En estadía por persona en temporada baja se incluye

- noche de alojamiento,
- servicio de televisión,
- teléfono,
- traslado al hotel,
- desayuno tipo americano,
- coctel de bienvenida

Tabla N. 13 Estimado de huéspedes por periodos de tiempo

INGRESOS POR HOSPEDAJE	PERSONAS TEMPORADA ALTA	PERSONAS TEMPORADA MEDIA	PERSONAS TEMPORADA BAJA
Dic- feb	700		
Marz-may		350	
Jun- jul	600		
Agost-sept			200
Oct-nov			250
total	1300	350	550
GRAN TOTAL		2.200 PERSONAS EN EL AÑO	

Fuente: el autor con base a proyecciones del plan de negocios 2015

De acuerdo con la tabla anterior se hizo un cálculo de las 2200 personas que visitan al municipio de Ubaque y buscan hospedaje y de esas que haya un promedio del 70% que lo hagan en el hotel EL EBAQUE y si se parte de tomar un promedio de \$ 90.000 por cada uno, tendríamos un ingreso que sería:

$2200 \times 70\% = 318$ entonces $2200 - 318 = 1882$ x $90.000 = \$169.380.000$ ingresos brutos anuales. Menos los costos y gastos de salarios, estimados de 40% que viene a ser \$ 67.752.000 para una utilidad neta después de impuestos de \$101.628.000 cifra bastante representativa, si se tiene en cuenta que es solo por concepto de hospedaje, sin tener en cuenta el consumo de productos y demás servicios que va a brindar el hotel.

Tabla N. 104 Recursos para el proyecto

NOMBRE	VALOR TOTAL
Inversión total del proyecto	\$6000.000.000
Préstamo Banco agrario de Colombia sobre hipoteca del terreno Plazo 5 años	\$2000.000.000
Aporte de capital (5 socios)	\$2000.000.000
Valor aporte del terreno (5 socios)	\$2000.000.000

Fuente: el autor con base a proyecciones del plan de negocios 2015

De acuerdo con la anterior tabla para llevar a cabo el proyecto del Hotel EBAQUE , se requiere de una inversión total de \$6000.000.000 a precios del año 2015, de los cuales \$2000.000.000 corresponden al valor comercial del predio que es aportado por 5 socios quienes viven en el municipio de Ubaque. \$2000.000.000 corresponde al aporte de los otros 5 socios, es decir que a cada uno le corresponde un aporte de \$400.000.000 y un préstamo hipotecario sobre el terreno por un valor de \$2000.000.000 financiados a 5 años.

9.11 Proveedores.

Para la consecución de los productos y la materia prima, se cuenta con almacenes como Cencosud, Éxito y Alkosto, Ktronix, HomeCenter; almacenes con los cuales se espera efectuar vínculos comerciales para efecto de que provean al hotel en todos sus requerimientos y logística.

Sin embargo se contará con una mediana furgoneta que se encargará de las provisiones permanentes a que haya lugar. El sistema de pago se efectuará con cheques de gerencia y pagos en efectivo en las oficinas dispuestas en la ciudad de Bogotá.

Tabla N. 115 Costo estimado de materia prima

(Proyección a precios estimados en el 2015.)

COSTOS VARIABLES ANUALES	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD EN TEMPORADA ALTA	CANTIDAD EN TEMPORADA MEDIA	CANTIDAD EN TEMPORADA BAJA	COSTO ANUAL
VÍVERES	GL	\$9.000.000	\$7.000.000	\$5.000.000	\$22.000.000
PRODUCTOS CÁRNICOS	KG	\$7.000.000	\$4.500.000	\$2.500.000	\$14.000.000
LÁCTEOS	GL	\$7.000.000	\$4.000.000	\$3.000.000	\$14.000.000
VERDURAS, FRUTAS HORTALIZAS	KG	\$4.000.000	\$3.000.000	\$3.000.000	\$9.000.000
TOTAL COSTO MATERIA PRIMA		27.000.000	18.500.000	13.500.000	\$59.000.000
ELEMENTOS DE ASEO	GL	\$2.500.000	\$1.500.000	\$1.000.000	5.000.000
GRAN TOTAL		35.500.000	21.500.000	13.000.000	64.000.000

Fuente; el autor, estimaciones a precios de 2015

Nota: Se parte del supuesto de que las unidades a vender son 320 en temporada alta, 140 en temporada media y 110 en temporada baja.

Tabla N. 16 Gastos de funcionamiento

SERVICIOS DOMICILIARIOS	VALOR PAGO EN UN AÑO
Agua	24.000.000
Luz	12.000.000
Teléfono	8.000.000
Gas (Pendiente para un futuro)	0

Fuente: el autor con base a proyecciones del plan de negocios 2015

Tabla N. 128 Estimado de Publicidad para la puesta en marcha del Proyecto (2015)

ELEMENTO	COSTO
Pendones	\$1.000.000
Folletos	\$2.000.000
Propaganda en radio	\$3.000.000
Avisos clasificados	\$1.000.000
Diseño y creación página web	\$1.000.000
Medios televisivos (pendientes)	\$0
Total publicidad estimada	\$ 8.000.000

Fuente: el autor con base a proyecciones del plan de negocios 2015

Tabla N. 18 Cuenta de tesorería

PROYECCIÓN ANUAL (2013)	PLAN DE TESORERÍA
Entradas de dinero	
Aportación del empresario	2000,000,000
Créditos solicitados	2000,000,000
Total entradas	4000,000,000
Salidas de dinero (estimadas)	
Proveedores mercaderías o materias primas	64,000,000
Salarios	66,000,000
Equipos de oficina y demás mobiliario para el hotel 206.000.000	
Agua	24,000,000
Luz	12,000,000
Teléfono	8,000,000
Publicidad	8,000,000
Impuestos	3,000,000
Obras de acondicionamiento	5,000,000
Total salidas	396,000,000
Entradas menos salidas	3.802,000,000
Saldo en Banco	2.000,000,000

Fuente: el autor con base a proyecciones del plan de negocios 2015-2016

total ventas	50000000	48000000	70000000	60000000	45000000	40000000	55000000	60000000	70000000	55000000	45000000	60000000	
Presupuesto venta de servicios hotel EBAQUE año 3 consumos distribuidos en el año													
precio base año 3													
Porcentaje frecuencia consumo mensual	7%	8%	9%	10%	8%	10%	7%	8%	9%	10%	8%	7%	100%
cantidad	450	550	600	700	550	650	480	520	620	710	510	450	6790
precio unitario	110000	110000	110000	110000	110000	110000	110000	110000	110000	110000	110000	110000	
total ventas	49500000	60500000	66000000	77000000	60500000	71500000	52800000	57200000	68200000	78100000	56100000	49500000	
Presupuesto venta de servicios hotel EBAQUE año 4 consumos distribuidos en el año													
precio base año 4													
Porcentaje frecuencia consumo mensual	7%	9%	8%	7%	8%	9%	11%	6%	8%	8%	9%	11%	100%
cantidad	525	620	540	480	550	650	750	450	550	600	650	750	7115

precio unitario	120000	120000	120000	120000	120000	120000	120000	120000	120000	120000	120000	120000	
total ventas	63000000	74400000	64800000	57600000	66000000	78000000	90000000	54000000	66000000	72000000	78000000	90000000	

Presupuesto venta de servicios hotel EBAQUE año 5 consumos distribuidos en el año

precio base año 5

Porcentaje frecuencia consumo mensual	9%	8%	11%	7%	8%	9%	8%	8%	9%	7%	7%	10%	100%
cantidad	620	550	720	480	560	630	540	520	610	450	460	700	6840
precio unitario	130000	130000	130000	130000	130000	130000	130000	130000	130000	130000	130000	130000	
total ventas	80600000	71500000	93600000	62400000	72800000	81900000	70200000	67600000	79300000	58500000	59800000	91000000	

Fuente: el autor con base a proyecciones del plan de negocios 2015

10. RECURSOS ECONÓMICO Y FINANCIERO.

A continuación se presenta en detalle el estudio económico y financiero para la puesta en marcha del proyecto del hotel EBAQUE ubicado en la vereda FISTEGA.

10.1 Inversiones en el proyecto.

Asignación de recursos en Instalación del proyecto: conformado por los activos fijos tales como terrenos, investigaciones, estudios.

Tabla N. 20 Inversión inicial del proyecto explicar la hectárea o minimizar y ajustar el precio

Inversión inicial del proyecto		
Ítem	Descripción	Valor
Terreno	50 hectáreas	\$ 2.000.000.000
Estudios y asesorías	Asesorías en construcción	\$ 1.500.000
Capacitación previa	Programas de capacitación técnica	\$ 1.500.000
Mercadeo y promoción	Elaboración Portafolio	\$ 1.000.000
Total		\$ 2.004.000.000

Fuente: el autor con base a proyecciones del plan de negocios 2015

10.2 Recursos propios

- Aportes en capital por parte de cinco socios
- Aportes en terreno por parte de cinco socios

Tabla N. 21 Recursos propios

RECURSOS PROPIOS		
Descripción	Tipo de aporte	Valor
Aporte	Terreno 50 hectáreas	\$ 2000.000.000
Aporte	efectivo	\$ 2000.000.000
TOTAL		\$ 4000.000.000

Fuente: el autor con base a proyecciones del plan de negocios 2015

Tabla N. 132 Recursos de crédito

Descripción	Tasa de interés anual	Valor	Duración del préstamo	Entidad financiera
Construcción del Hotel EBAQUE	8%	2000.000.000	5 años	Banco agrario de Colombia
TOTAL		2000.000.000		

Fuente: el autor con base a proyecciones del plan de negocios 2015

10.3 Gastos de administración

Se originan por el control de las operaciones administrativas

Tabla N. 143 Gastos administrativos

Gastos administrativos			
Tipo de gasto	Gasto mensual	Gasto anual	incremento anual
Personal administrativo	12000000	144000000	5%
servicios públicos	3600000	43200000	6%
papelería	2000000	24000000	5%
asesoría contable	350000	4200000	4%
transporte	400000	4800000	5%
Total	18.350.000	220.200.000	

Fuente: el autor con base a proyecciones del plan de negocios 2015

Tabla N. 24 Calculo depreciación

Concepto	Vida útil	Valor	Depreciación anual
Construcción hotel EBAQUE	20	\$ 2000.000.000	\$ 100.000.000
Señalización senderos	2	\$ 20.000.000	\$ 10.000.000
TOTAL		\$ 2.020.000.000	\$ 90.000.000

Fuente: el autor con base a proyecciones del plan de negocios 2015

Método Depreciación línea recta

10.4 Pérdidas y ganancias

Este es un estado en el cual aparecen las pérdidas o ganancias netas contables de la empresa en un periodo de tiempo determinado y se deben tener en cuenta todos los ingresos de la empresa (ventas y otras fuentes) y los egresos derivados de costos, de gastos, pago de intereses, depreciación impuestos y otros. Nuestro P y G proyectado es el siguiente:

Tabla N. 155 Pérdidas y ganancias proyectadas a cinco años (**Valores enteros**)

Estado de pérdidas y ganancias estimada y proyectada a cinco años					
	año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Estado de resultados					
Ventas brutas	1200000000	1400000000	1600000000	1800000000	2000000000
Ventas netas	900000000	950000000	1000000000	1100000000	1150000000
Costos de prestación del servicio	400000000	420000000	450000000	470000000	490000000
Utilidad bruta	500000000	530000000	550000000	630000000	660000000
Gastos de administración	280000000	310000000	330000000	360000000	390000000
Total gastos	280000000	310000000	330000000	360000000	380000000
Utilidad operativa	220000000	220000000	220000000	270000000	280000000
Otros ingresos	80000000	90000000	100000000	110000000	120000000
Intereses	20000000	25000000	30000000	35000000	40000000
Total otros ingresos	100000000	115000000	130000000	145000000	160000000
Utilidad neta antes de impuestos	320000000	335000000	350000000	415000000	440000000
Impuestos (35%)	112000000	117250000	122500000	145250000	154000000
Exencionen renta	0	0	0	0	0
Impuesto de renta real	0	0	0	0	0
Utilidad neta final	208000000	217750000	227500000	269750000	286000000

Fuente: el autor con base a proyecciones del plan de negocios 2015

Tabla N. 166 Balance general inicial

BALANCE GENERAL INICIAL			
ACTIVOS CORRIENTES		PASIVOS CORRIENTES	
CAJA	\$ 2000.000.000	CUENTAS POR PAGAR	0
TOTAL	\$ 2000.000.000	IMPUESTOS POR PAGAR	0
ACTIVOS FIJOS		PASIVOS A LARGO PLAZO	
TERRENOS	\$ 2000.000.000	CRÉDITOS POR PAGAR	\$ 2000.000.000
TOTAL	\$ 2000.000.000	TOTAL PASIVO	\$ 2000.000.000
DEPRECIACIÓN	0	PATRIMONIO	
		RECURSOS PROPIOS	\$ 2000.000.000
		UTILIDAD	0
TOTAL	\$ 2000.000.000	TOTAL PATRIMONIO	\$ 2000.000.000
TOTAL ACTIVOS	\$ 4000.000.000	TOTAL PASIVO+ PATRIMONIO	\$ 4000.000.000

Fuente: el autor con base a proyecciones del plan de negocios 2015

10.5 Flujo de caja

Muestra cómo evoluciona la caja (dinero en efectivo) y los activos monetarios de la empresa en un periodo de tiempo que generalmente es un año.

Tabla N. 28 Flujo de caja

FLUJO DE CAJA	
INGRESOS EN EFECTIVO	
Ingresos por ventas del primer año recibidas en efectivo	0
aportes de capital	20000000000
crédito	20000000000
TOTAL	40000000000
GASTOS EN EFECTIVO	
Gastos y costos del periodo pagados en efectivo	0
compra de activos	0
compra de activos con recursos propios	0
TOTAL	0
FLUJO DE CAJA	40000000000

Fuente: el autor con base a proyecciones del plan de negocios 2015

10.6 Punto de equilibrio.

CT= COSTO TOTAL CF= COSTO FIJO CV= COSTO VARIABLE, ENTONCES:

CT= CF +CV donde: $CT = CF + c.Q$ (1)

IT= INGRESO TOTAL donde: $IT = p. Q$ (2)

IT= PxQ donde: $CT= IT$ luego

Igualando (1) y (2) se tiene: $CF + c.Q = p. Q$

Donde: $Q (PE) = PEu = CF/P-c$ (4) luego para calcular el punto de equilibrio será

Suponiendo que el CF es de 198.000.000; el CV es de 10.000 por servicio ofrecido y el precio promedio del valor del servicio es de 100.000 por persona entonces tenemos que:

$PEu = 396.000.000/180.000 = 2200$ clientes atendidos, lo que significa que ese es el punto donde no hay perdida ni ganancia.

Y que a partir de esa cantidad ya se comienza a generar utilidades para el hotel EBAQUE y teniendo en cuenta que en una semana los clientes sean 700 entonces serían 2800 al mes y 33.600 al año. Los ingresos promedios serían de 336.000.000 al año (33.600×100.000 valor promedio) y una proyección a 5 años indicaría que los ingresos serían de \$1.680.000.000 de los cuales un 40% serían gastos es decir \$672.000 quedando \$1.008.000.000 de ingresos brutos, de los cuales se tiene un estimado de una utilidad neta del 60%, es decir \$600.000.000 valor que solo hace referencia al servicio de alojamiento, sin tener en cuenta la utilidad que genera la venta de alimentos y productos, cuya utilidad, si se hiciera el cálculo arrojaría cifras por encima de lo obtenido por concepto de alojamiento, ya que no se incluyen costos adicionales porque en el análisis anterior ya están descontados.

En resumidas cuentas en 5 años la utilidad podría alcanzar cifras superiores a los \$2.000.000.000 correspondiendo un valor de \$200.000.000 para cada socio. Y teniendo en cuenta que el avalúo comercial del predio estaría por el orden de los \$4.000.000.000 la inversión sería un éxito empresarial, teniendo en cuenta que la inversión inicial de cada socio fue de \$400.000.000.

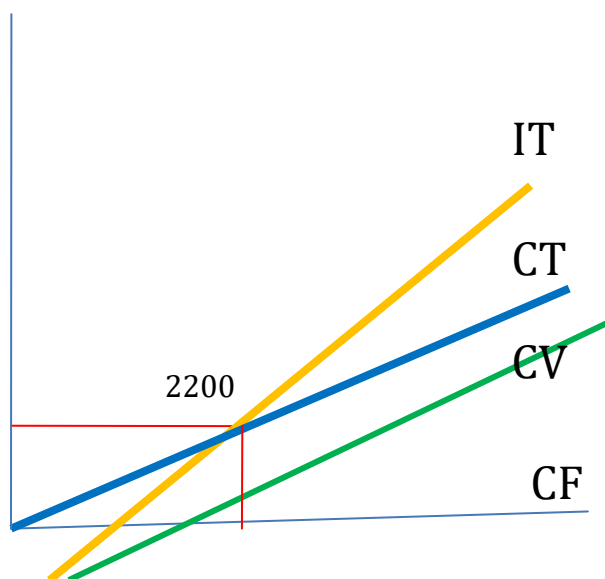


Ilustración N. 5 Punto de equilibrio alojamiento hotel EBAQUE
Fuente: el autor con base a proyecciones del plan de negocios 2015

11. VALORACIÓN DEL RIESGO.

Los riesgos son aquellos factores externos de la empresa que pueden afectar la sostenibilidad financiera social o ambiental. El análisis del riesgo permite al empresario analizar las posibles situaciones que pueden producirse en la empresa y que ponen en peligro el alcance de las metas

Con el análisis se estudian las estrategias que la empresa enfrentaría para cada situación de riesgo. En el momento que se presente una situación de riesgo prevista, la empresa podrá contar con un instrumento que le permita tomar la decisión correcta sin separarse de los objetivos de la empresa.

El riesgo se puede analizar por objetivos o por áreas de la empresa veamos algunos riesgos que pueden presentarse con la puesta en marcha del hotel EBAQUE

Tabla N. 28 Valoración del riesgo

Tipo de riesgo	Riesgos	Estrategia
Riesgos económicos	Recesión económica donde se ubica el mercado objeto	Diversificar los segmentos del mercado objeto (turismo ecológico con varias opciones)
Riesgos de mercado	Fallas en los pronósticos en el servicio de alojamiento futuro	Identificar clientes potenciales en turismo con estudios de campo como el realizado en este trabajo
Riesgos ambientales	Pérdida de la filosofía del turismo ecológico y la dificultad en el manejo de proveedores	Monitorear los procesos de servicio al cliente y sensibilización con proveedores

Fuente: el autor con base a proyecciones del plan de negocios 2015

11.1 Sistema de seguimiento.

A partir de la identificación de indicadores que aportan información en materia:

- Ambiental
- Social
- Económica
- Financiera de la empresa.

Los planes de negocio relacionados con turismo deben identificar los impactos que generan la empresa sobre el medio ambiente y el entorno en que opera lo que implica plantear mecanismos para minimizar sus efectos nocivos.

11.2 Valor presente neto

El Valor Presente Neto (VPN) es la diferencia entre el valor presente de todas las entradas en efectivo menos el valor presente de todas las inversiones.

La regla de VPN establece que debemos aceptar un proyecto si su VPN es positivo y rechazarlo si es negativo. En tanto, si el VPN es cero, se está indiferente entre aceptarlo o no. Este valor se halla con el objetivo de contribuir con la toma de decisiones de orden financiero que abarcan el impacto que tendrá el proyecto a corto, mediano y largo plazo.

Si la inversión inicial de \$6000.000.000, cuanto será al final de 5 años y suponiendo un rendimiento del 8% anual tenemos:

- $n = 5$ años
- $r = 8\%$ tasa de rendimiento financiero
- $VP = 6000.000.000$
- **$VF = 6000.000.000 * 1.08^5 = 9000.000.000$**

11.3 Tasa interna de retorno (TIR)

Tasa Interna de Retorno (TIR). Es la tasa de interés a la cual el VPN es cero. Si la $TIR > \text{costo de oportunidad del capital}$, entonces el VPN al costo de oportunidad del capital debe ser mayor que cero.

La tasa interna de retorno, es uno de los indicadores financieros que permiten evaluar la posible rentabilidad de un negocio o proyecto, en función de lo que se obtendrá en un periodo de tiempo si se invierte una determinada cantidad de dinero.

En primer lugar, es importante precisar, que para determinar la TIR, se tiene una inversión en un año 0 (cero), y unos ingresos en años futuros, años que llamaremos Año 1, Año 2, Año 3, Año 4 y Año 5. Se pueden trabajar tantos años como se requiera.

Para que la TIR sea más confiable, debe evaluarse un horizonte de por lo menos 5 años. La inversión se coloca en negativo, puesto que representa una erogación. Los ingresos de cada año se colocan positivos. Hotel EBAQUE:

- $n = 5$ años
- $r = ?$
- $VP = 6000.000.000$
- $VF = 9000.000.000$

Entonces:

$$9000000000 = 6000000000 * (1+r)^5$$

$$\left(\frac{9000000000}{6000000000} \right)^{1/5} - 1$$

De donde: $r =$

$r = 8.44\%$

Es decir que el rendimiento es mayor que el inicial.

No sobra aclarar que la TIR como herramienta para evaluar financieramente un proyecto, no es suficiente por sí sola, sino que se debe considerar junto con otros indicadores.

11.4 Recuperación de la inversión

Esta regla establece que debemos escoger aquella alternativa de inversión que tenga el período de recuperación más breve.

- $n = ?$
- $r = 8\%$ tasa de rendimiento financiero
- $VP = 6000.000.000$
- $VF = 9000.000.000$

$$6000.000.000 = 9000.000000 / 1.08^n$$

$n = \ln 900.000.000 / 600.000.000 / \ln (1.08) = 0.405 / 0.076 = 5.32$ es decir que en “cinco años tres meses”. Se habrá recuperado la inversión inicial del proyecto.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

- El objetivo del trabajo de grado, es proponer un plan de negocios, basado en la experiencia y conocimiento de oportunidades existentes en el municipio de Ubaque (Cundinamarca) Vereda FISTEGA, para la construcción de un hotel que albergue turistas.
- Se realizó un análisis del entorno, un estudio de cliente y del mercado potencial, así como también de la competencia, finalizando por una revisión de la estrategia financiera según los recursos disponibles por los inversionistas para determinar la factibilidad real del proyecto.
- El estudio actual, de acuerdo con las oportunidades del mercado y a las ventajas competitivas del proyecto, es viable debido a las oportunidades que brinda el proyecto.
- La misión, visión y los objetivos son claros, alcanzables y logrables. Y se definen las estrategias que permitirán lograr cada uno de los puntos expuestos a lo largo del plan de negocios. Además que se cuenta con un grupo de personas motivadas por el proyecto, con sentido de pertenencia de cada uno de ellos con respecto a la conformación de la empresa, resaltando la responsabilidad y el compromiso que tiene cada uno de ellos.
- La calidad que se ofrecerá es un factor determinante para el logro de los objetivos propuestos y el éxito de la organización, gracias a ello, los productos y servicios que se brindarán, se tiene certeza que serán aceptados y acogidos por los clientes, teniendo en cuenta que los precios que vamos a ofrecer van a ser asequibles a los turistas.
- Ubaque es un municipio con un alto potencial turístico, el cual puede aprovecharse por medio de la conformación de la empresa ya que esta va a estar orientada a la prestación de servicios turísticos de alta Calidad.
- Es importante el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales del municipio, donde los turistas pueden interactuar con la naturaleza, para preservarla y protegerla.
- Con el fortalecimiento de las actividades propuestas por el HOTEL EBAQUE se aumentaran los empleos en el municipio, teniendo como objetivo final el mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes.

- El desarrollo del proyecto busca dar a conocer a Ubaque como un municipio de amplios atractivos turísticos, diversidad gastronómica, etc.)
- Para la definición los esquemas logísticos, en la investigación de campo se tuvo en cuenta la capacidad para el desarrollo de cada actividad y los perfiles de los clientes.
- Una de las ventajas es que se cuenta con el predio y está asegurada parte de la financiación con el Banco Agrario de Colombia y parte con recursos propios de cada socio lo que asegura la viabilidad económica del proyecto.

LISTA DE REFERENCIAS

- **AGUEDA** Talaya, E. (1997). Principios de Marketing. Esic Editorial
- **AMAYA** A., J. (2005). Gerencia, planeación y estrategia. Bucaramanga: Universidad Santo Tomas.
- **BAIDAL**, J. I. (2001). Planificación y Gestión del desarrollo Turístico Sostenible Propuestas Para la Creación de un Sistema de Indicadores.
- **BARRERA** Rodríguez A. Plan de negocios para una empresa de servicios eco turísticos promotora TEA Ltda. Universidad el Rosario 2011.
- **BAUTISTA** Pérez J. Plan de negocio con enfoque de un centro de desarrollo alternativo de ecoturismo. Universidad Sergio Arboleda 2009.
- **BECERRA**, M. R. (2000). Manuel Rodríguez Becerra. La Biodiversidad en Colombia: <http://www.manuelrodriguezbecerra.org/bajar/biodiversidad.pdf>
- **BRAVO**, M. S. (2008). Biblioteca General Universidad Javeriana. Análisis sobre la factibilidad del Ecoturismo como unidad estratégica de negocio de la agencia de viajes Turismo Ltda.
- **CALVO**, N. (2004). Análisis del clima organizacional como instrumento de mejora empresarial. Cultura Corporativa N° 180, 44 - 54.
- **CONTRETAS** Lombana C. Creación de empresa Eco travel. Universidad EAN.2011
- **CHIAVENATO**, A. (1983). Administración de Recursos Humanos. México: Mc Graw Hill.
- **DÍAZ** Granados, S. (2011). Ministerio de Comercio Industria y Turismo República de Colombia. Plan Estratégico de Comercio Industria y Turismo 2010-2014.
- **GRANADOS**, S. D. (2010). Colombia busca hoteleros y empresarios para invertir en turismo Ecológico. (R. E.-P. PAÍS, Entrevistador)
- **RAMOS**, A Y A. VANHOVE. 2000. Ecoturismo el potencial de Colombia para el mercado de Europa occidental.
- **TRILLO**, A. (2010). La estrategia comercial de precios Vs. El ajuste por inflación - Consultoría en Marketing para PYMES. Gestipolis: <http://www.gestipolis.com>
- **WEARING**, S. (1999). Ecoturismo, impacto, tendencias y posibilidades. España: Síntesis S.A.

- **ZORRILLA** Arena Santiago, introducción a la metodología de la investigación, (ed. Melo S. A, México D. F., Julio 1988)

Documentos:

- Centro de Estudios Económicos Regionales. (2006). Turismo y Desarrollo en el Caribe Colombiano. Recuperado el Enero de 2011, de Banco de la República: <Http://www.banrep.gov.com.co>
- Departamento de Planeación. (Agosto de 2007). Documento sectorial, cadena de turismo. Recuperado el Marzo de 2011, de Agenda interna para la productividad y la competitividad: <http://www.dnp.gov.co>
- Ecoturismo-Colombia.com. (2011). Cundinamarca Ecoturismo en Colombia: http://www.ecoturismo-colombia.com/region_andina/bogota.htm
- Instituto Geográfico Agustín Codazzi. (s.f.). Mapas de Colombia. Abril de 2011, de <http://www.igac.gov.co>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (Mayo de 2008). Plan Sectorial de Turismo 2008 - 2010. Colombia Destino Turístico de Clase Mundial.
- Parques Nacionales Naturales de Colombia. (2011). Generalidades del Ecoturismo en Colombia.
<http://www.parquesnacionales.gov.co/PNN/portel/libreria/php/decide.php?patron=01.022>
- Plan de competitividad turística de Bogotá. Directora Martha Senn. Alcaldía Mayor de Bogotá.
http://www.bogotaturismo.gov.co/sites/default/files/archivo/08/plan_ctb_final_oct_2006.pdf
- Secretaria del Senado de la República de Colombia. (s.f.). Ley 300 de 1.996. Obtenido de "Por la cual se expide la ley general de turismo y se dictan otra disposiciones":
http://www.aecretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley/1996/ley_0300_1996.html
- Orgaz, O.F, & Castellanos, V.M (2013). <http://www.eumed.net/rev/turydes/15/turismo-sostenible.html>
- UNWTO. (s.f.). Organización Mundial del Turismo. Recuperado el Enero de 2011, de <http://unwto.org/es/about/turismo>

- <http://www.ubaque-cundinamarca.gov.co/apc-aa-files/30303461323365643963383734623963/plan-de-desarrollo-2012-2015-modificado.pdf>

Páginas web:

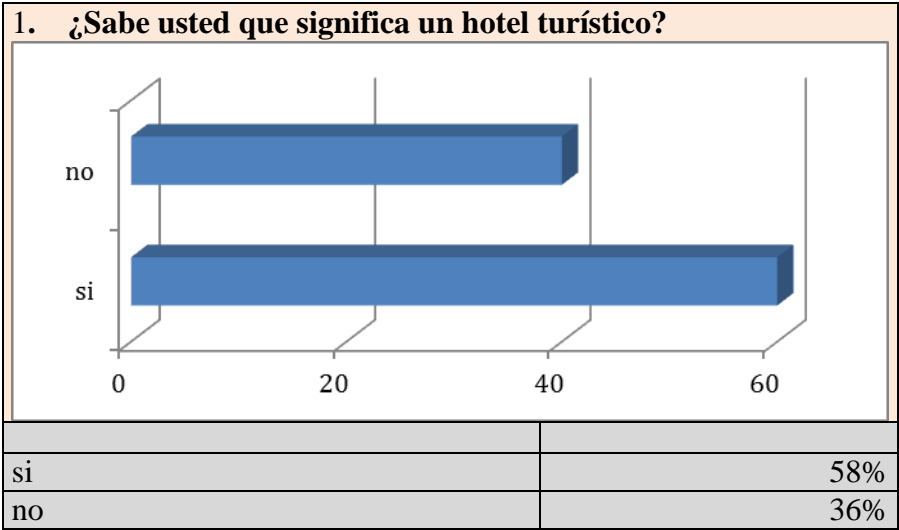
- Proexport Colombia. (2005). Comportamiento del Sector Turismo. Informe de Tendencias: www.proexport.gov.co
- http://www.ubaque-cundinamarca.gov.co/informacion_general.shtml
- Cámara de comercio <http://www.ccb.org.co/>
- <http://www.eumed.net/rev/turydes/index.html>
- www.mincit.gov.co/minturismo/publicaciones.php?id=200
- <http://www2.unwto.org/es/content/historia>
- <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=7260>
- <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=22241>
- http://www.asocajas.org.co/index.php?option=com_content&view=article&id=499:ley-1558-de-2012&catid=28&Itemid=137

• ANEXOS

INSTRUMENTO DE MARKETING

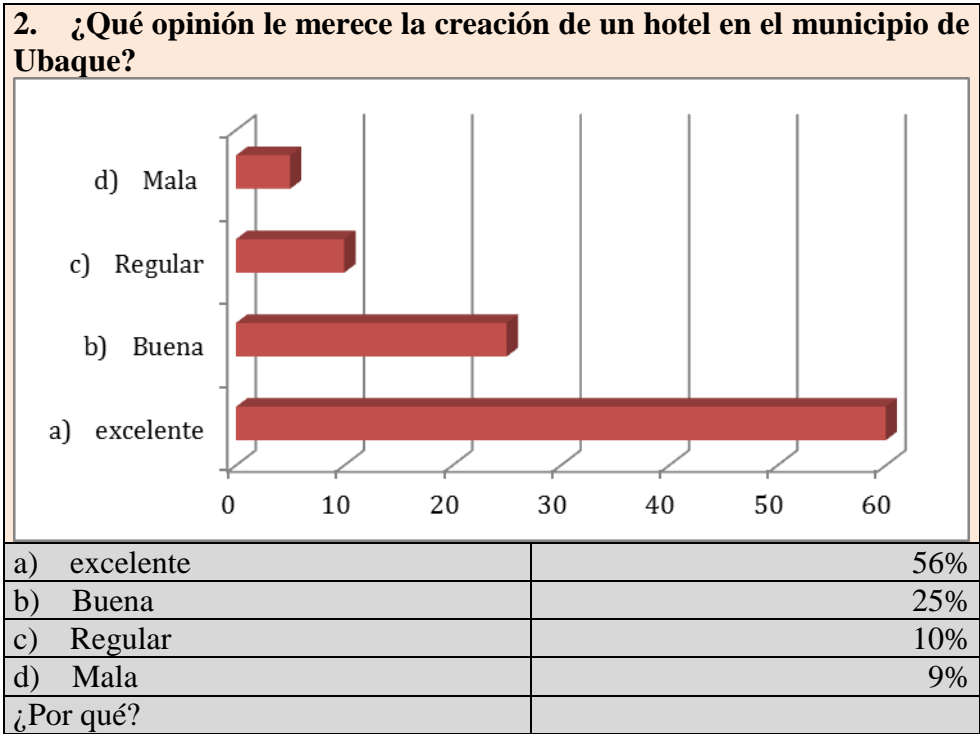
Plan de negocio para la creación de un hotel ubicada en la vereda “FISTEGA” para turistas que visitan el municipio de Ubaque (Cundinamarca)

Preguntas y respuestas.



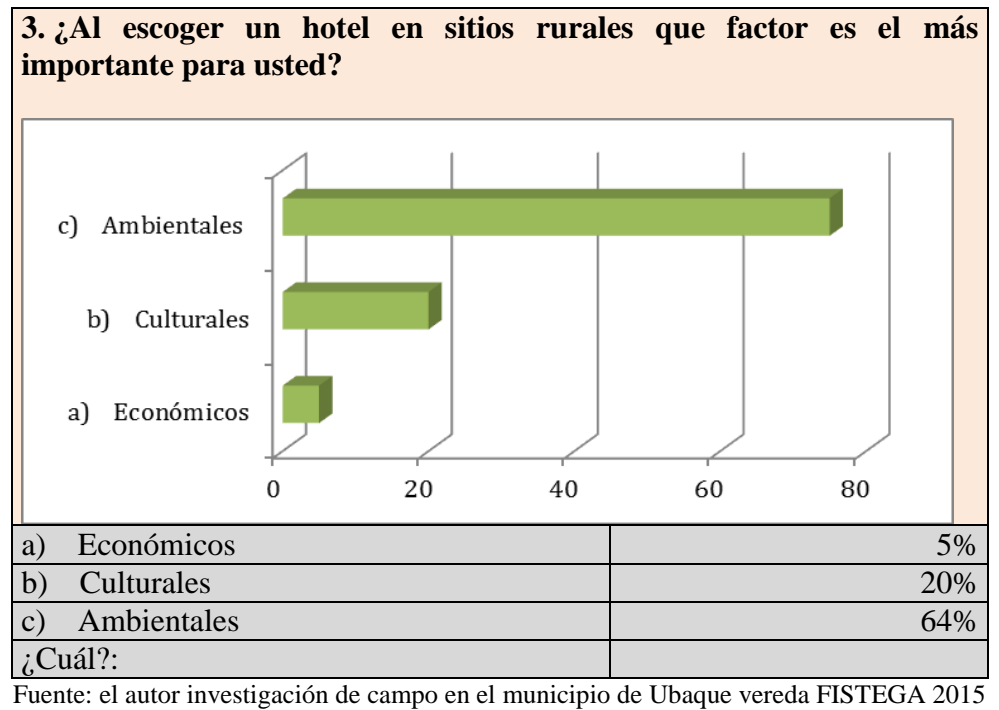
Fuente: el autor investigación de campo en el municipio de Ubaque vereda FISTEGA 2015.

Análisis: Un 36 % de los encuestados no tiene conocimiento de los que es un hotel turístico, de ahí la importancia de hacer campañas de divulgación el 58 % si tiene conocimiento del tema. Un 6% no sabe no responde.

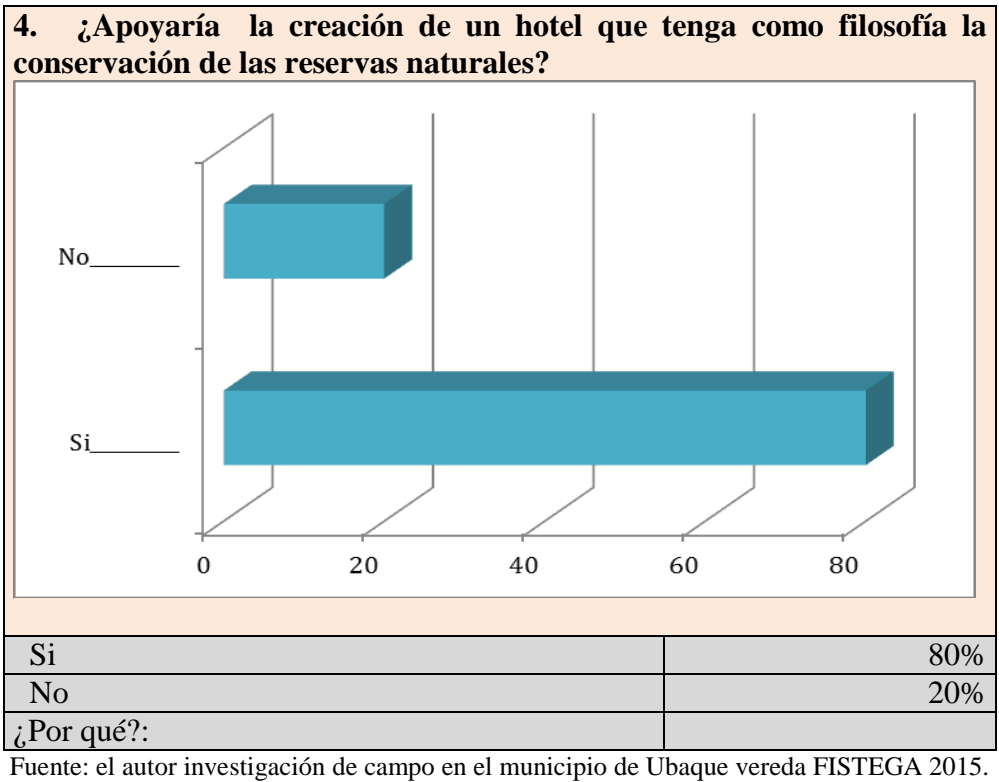


Fuente: el autor investigación de campo en el municipio de Ubaque vereda el FISTEGA 2015.

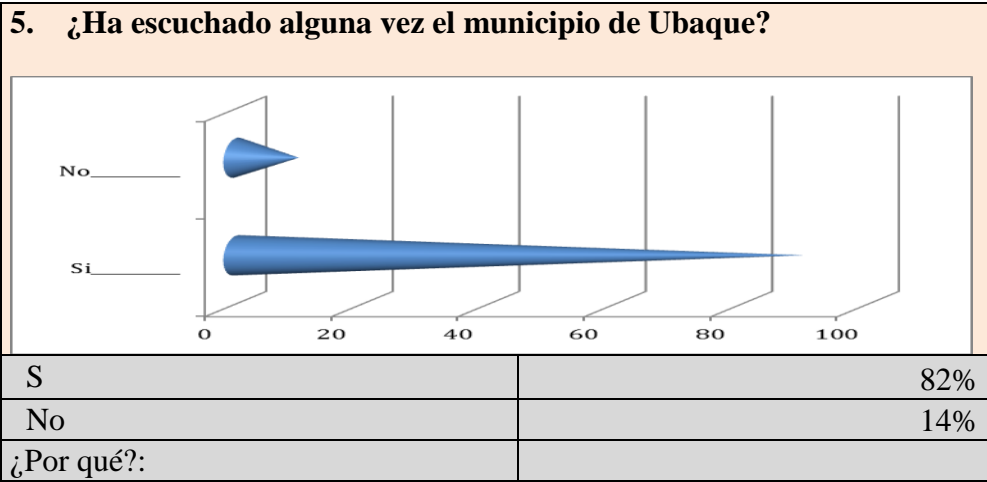
Al 56% de los encuestados les parece una excelente noticia, a un 25 % buena y un 9 % no está de acuerdo porque es atraer a más gente al lugar y quitarle tranquilidad a la vereda.



El 64% considera que los beneficios son ambientales desde que se trate de un hotel con turismo ecológico. El 20 % Considera que se contribuye a divulgar la cultura del municipio. El 5% considera el beneficio económico para la región. El 11% no sabe no responde.

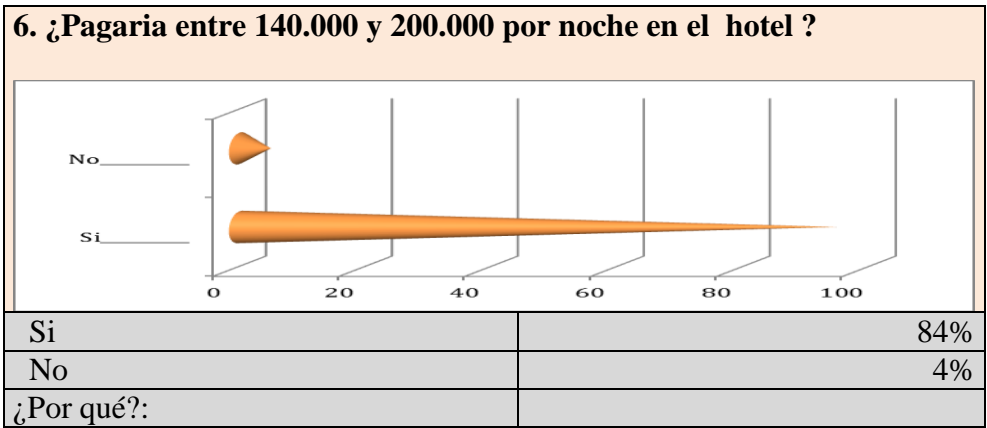


El 80% de los encuestados apoya la idea de un hotel siempre y cuando su filosofía sea la conservación Y protección de los recursos naturales. El 20% es exceptivo al respecto porque consideran que la verdadera labor es la comercialización de servicios.



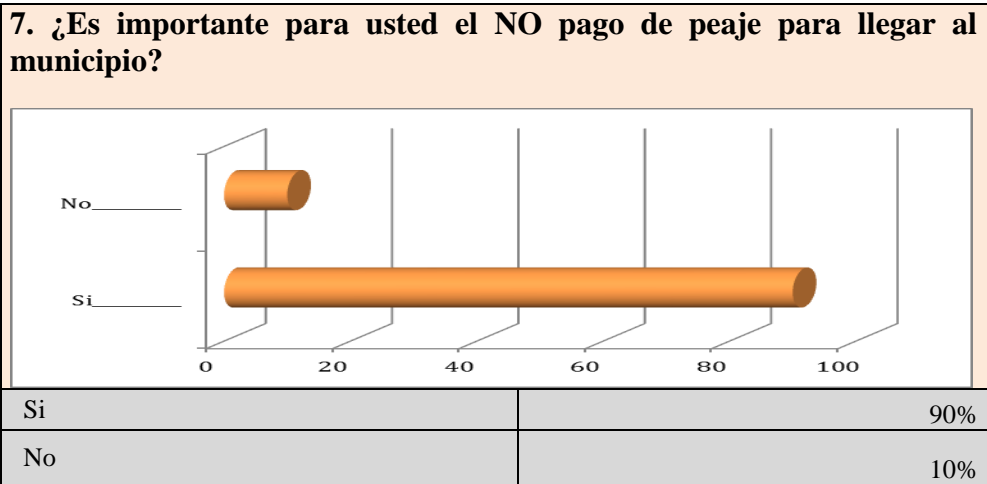
Fuente: el autor investigación de campo en el municipio de Ubaque vereda el FISTEGA 2015.

El 82 % de los encuestados está dispuesto a apoyar campañas ecológicas, porque traen beneficios a la vereda y al Municipio. Un 4% no muestra interés sobre el tema. El 14% no sabe no responde.



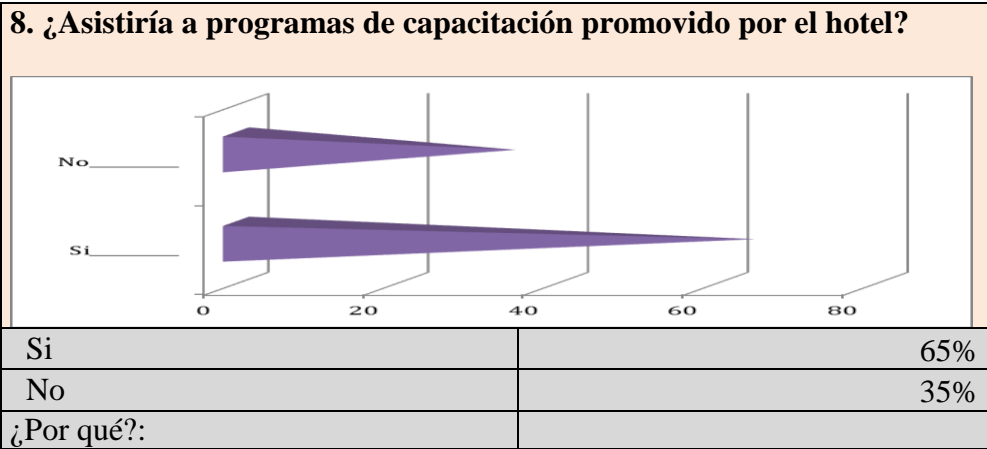
Fuente: el autor investigación de campo en el municipio de Ubaque vereda el FISTEGA 2015.

El 84% de las personas encuestadas manifiesta en que el precio es adecuado ya que puede ser una experiencia nueva y el ideal de apoyar las campañas ecológicas por el hotel es determinante el 4% no estaría dispuesto a pagar el precio por desconocer el lugar . El 12% restante no responde



Fuente: el autor investigación de campo en el municipio de Ubaque vereda FISTEGA 2015.

El 90% manifiesta que es muy importante no realizar el pago de peajes ya que genera un mejor viaje y menos estrés, el 10 % restante indica que no afecta en sus decisiones el pago de peaje en el viaje.



Fuente: el autor investigación de campo en el municipio de Ubaque vereda FISTEGA 2015.

El 65% de las personas encuestadas manifiesta su interés en los programas de capacitación que se ofrecen como servicio en ell hotel, porque les permite ampliar sus conocimientos en materia ecológica. Un 35% dice no tener el tiempo para recibir tal capacitación.

9. ¿Cuáles cree que sean los pros y los contras de crear un hotel en un municipio en crecimiento?

Fuente: el autor investigación de campo en el municipio de Ubaque vereda FISTEGA 2015.

Frente a esta pregunta los encuestados consideran que la creación del hotel es:

Los Pros

- Incremento del turismo en el lugar.
- Valorización de los predios.
- Oferta laboral.
- Capacitación.
- Desarrollo de la vereda.

Los Contras

- Perdida de la tranquilidad del lugar por el acceso de turistas.
- Contaminación por basuras arrojadas al suelo.
- Disminución de la seguridad porque se atrae la delincuencia al saber que hay personas que tienen cierto nivel socioeconómico en el lugar.

ESTRUCTURA LEGAL

A continuación se procederá a enumerar los trámites legales requeridos, detallados paso a paso así:⁸



Trámites para la constitución de la empresa “HOTEL EBAQUE” (cámara de comercio)

Paso Asesoría	1	Idea de negocio o plan de empresa con Bogotá Emprende
Paso Consultas	2	Documentos necesarios y consultas virtuales previas
Paso RUT	3	RUT Registro Único Tributario
Paso Documento de constitución	4	Elaborar el documento de constitución de la sociedad
Paso Formularios	5	Diligenciamiento de formularios para formalizar su empresa
Paso Formalización	6	Registro Matrícula Mercantil Cámara de Comercio de Bogotá

Fuente: cámara de comercio de Bogotá 2014.
<http://camara.ccb.org.co/contenido/contenido.aspx?catID=97&conID=3413>

Pasos para la conformación del negocio

Paso 1.

Idea de negocio o plan de empresa

En el Centro de Emprendimiento Bogotá Emprende, programa de la Cámara de Comercio de Bogotá y la Alcaldía Mayor, usted recibe orientación especializada gratuita sobre las actividades que va a desarrollar como Persona Natural. Ingrese a la página web www.bogotaemprende.com, participe en la sesión informativa y haga realidad su idea de negocio.

Paso 2.

Documentos necesarios y consultas virtuales previas.

Documentos necesarios para registrarse como persona jurídica ante la Cámara de Comercio de Bogotá (CCB):

⁸ Trámite para constitución de empresas. cámara de comercio de Bogotá 2012.
<http://camara.ccb.org.co/contenido/contenido.aspx?catID=97&conID=3413>

- * Original del documento de identidad.
- * Formulario del Registro Único Tributario RUT
- * Formulario RUE (Registro Único Empresarial).
- * Carátula única empresarial y anexo de matrícula mercantil.
- * Formulario registro con otras entidades.
- * Estatutos de la persona jurídica (documento privado o documento público)

Consultas virtuales:

- * Nombre del establecimiento: si usted va a constituir un establecimiento de comercio, confirme que el nombre que quiere usar para su nueva empresa, no ha sido registrado. Verificar nombre del establecimiento
- * Actividad: consulte la actividad económica de su empresa (código CIIU)
- * Uso del suelo: verifique en la Secretaría Distrital de Planeación si la actividad que va a iniciar puede desarrollarse en el lugar previsto para su funcionamiento. Consulta de uso del suelo.
- * Consulta tipo de sociedad: a través de esta guía se suministra información precisa sobre las principales formas jurídicas previstas en nuestra legislación para el ejercicio de cualquier actividad económica, así como las características más relevantes de cada una de ellas.

Paso 3.

Registro Único Tributario – RUT

El Registro Único Tributario (RUT), administrado por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) constituye el mecanismo único para identificar, ubicar y clasificar a:

- * Las personas y entidades que tengan la calidad de contribuyentes, declarantes de impuesto sobre la renta y no contribuyentes.
- * Declarantes de ingresos y patrimonio.
- * Responsables del régimen común y los pertenecientes al régimen simplificado.
- * Los agentes retenedores, importadores, exportadores y demás sujetos con obligaciones administradas por la DIAN.
- * Los demás sujetos con obligaciones administradas por la DIAN.

El Número de Identificación Tributaria (NIT), constituye el código de identificación de los inscritos en el RUT.

Este número lo asigna la DIAN a las personas naturales o jurídicas nacionales o extranjeras o a los demás sujetos con obligaciones administradas por dicha entidad.

Con este formulario junto con los demás documentos exigidos para la matrícula, la DIAN asigna el NIT y lo incorpora en el certificado de existencia y representación legal.

Información detallada acerca de la expedición del NIT

a. Si aún no tiene RUT: la Cámara de Comercio de Bogotá realizará este trámite (siempre que su deseo sea matricularse como comerciante).

Personas autorizadas para realizar la solicitud:

- La persona natural interesada en realizar la inscripción en la Matrícula Mercantil.
- Apoderado del interesado (persona natural o jurídica) debidamente acreditado mediante poder. De conformidad con el artículo 35 del Decreto 196 de 1971, el apoderado debe ser

abogado titulado. No se acepta documento de autorización a un tercero diferente al poder.

Documentos que debe allegar:

- * Fotocopia de documento de identidad de quien realiza el trámite con exhibición del original. Cédula original de la persona que se matricula.
- * Cuando el trámite se realice mediante poder, la persona debe adjuntarlo en original o fotocopia.

Paso 4.

Elaborar el documento de constitución de la sociedad

a) Minuta de constitución: Por documento privado si la empresa a constituir posee activos totales por valor inferior a quinientos (500) salarios mínimos mensuales legales vigentes ó una planta de personal no superior a diez (10) trabajadores y no se aportan bienes inmuebles. (Ley 1014 de 2006, Decreto 4463 de 2006)

Nota: Independientemente del valor de los activos o de la planta de personal, también podrá constituir su empresa por documento privado a través de la figura de Sociedad por Acciones Simplificada con las formalidades que establece la Ley 1258 de 2008.

La empresa unipersonal puede constituirse igualmente por documento privado, indistintamente de sus activos o su planta de personal, de conformidad con lo preceptuado en el Artículo 72 de la Ley 222 de 1995.

Tenga en cuenta que el documento privado debe contener presentación personal de todos los socios o accionistas ante Notaría, o en cualquiera de nuestras sedes al momento de presentarlo para registro.

b) Escritura pública: En cualquier notaría sin importar el valor de los activos o el número de trabajadores, según lo establecido en el Artículo 110 del Código de Comercio:

Cuando se aporten bienes inmuebles, el documento de constitución deberá ser por escritura pública, el impuesto de registro deberá ser cancelado en oficina de instrumentos público y presentar copia del recibo o certificado de libertad que acredite la inscripción previa de la escritura pública en esa oficina, al momento de presentar los documentos.

Paso 5.

Registro otras entidades

Diligencie los siguientes formularios. Puede descargarlos desde este portal haciendo clic en los vínculos que se muestran a continuación u obtenerlos en las sedes de la CCB o SuperCades:

- * Formulario de Registro Único Empresarial (RUE)
- * Carátula única empresarial y anexo de matrícula mercantil
- * Formulario adicional de registro con otras entidades. Con este formulario, la Cámara de Comercio envía la información a la Secretaría de Hacienda Distrital de Bogotá con el propósito de llevar a cabo la inscripción en el Registro de Información Tributaria (RIT) siempre y cuando las actividades que va a realizar se lleven a cabo en Bogotá y estén gravadas con el Impuesto de Industria y Comercio (ICA).

Al diligenciar formularios, tenga en cuenta:

- * Verifique que el nombre registrado en el formulario del RUT sea idéntico al registrado en el formulario del Registro Único Empresarial (RUE) y al formulario adicional de registro con otras entidades.
- * Revise que el teléfono y el correo electrónico registrados en el formulario del RUT sean idénticos al registrado en el formulario del RUE y al formulario adicional de registro con otras entidades.

Nota: los gastos de constitución dependen del capital social.

Paso 6.

Registro Matrícula Mercantil Cámara de Comercio de Bogotá

Presente todos los documentos en cualquier sede de atención al público de la Cámara de Comercio de Bogotá y cancele los derechos de Matrícula correspondientes (Ver tarifas).

Como está conformada una sociedad limitada:⁹

- a. Mínimo de socios, 2; máximo, 25 (Art. 356 Código de Comercio).
- b. Los socios responden hasta el monto de sus aportes. No obstante, en los estatutos podrá estipularse para todos o algunos de los socios una mayor responsabilidad (artículo 353 del Código de Comercio).
- c. El capital debe pagarse en su totalidad al momento de constituirse, como también al solemnizarse un aumento (Art. 354 del Código de Comercio).
- d. El capital se divide en cuotas de igual valor. (artículo 354 del C. de Co.).
- e. La cesión de cuotas implica una reforma estatutaria (Art. 354 del C. de Co.).
- f. En caso de muerte de uno de sus socios, la sociedad continúa con uno o más herederos, salvo estipulación en contrario (Art. 368 del C. de Co.).
- g. La representación de la sociedad está en cabeza de todos los socios, salvo que éstos la deleguen en un tercero (Art. 358 del C. de Co.).
- h. Es una sociedad en principio de personas, donde en efecto, los socios no desaparecen jurídicamente ante terceros, hecho que permite conocer quienes conforman el capital social.
- i. La sociedad gira bajo una denominación o razón social, seguida de la palabra "Limitada" o de la abreviatura "Ltda." (Artículo 357 del Código de Comercio).

⁹ Superintendencia de sociedades.

<http://www.supersociedades.gov.co/ss/drvisapi.dll?MIval=sec&dir=45&id=14374>

FORMATO PARA LA CONSTITUCIÓN DE SOCIEDAD LIMITADA POR DOCUMENTO PRIVADO¹⁰

Los suscritos:

1.- -----, varón, colombiano, mayor de edad, domiciliado y residente en la ciudad de -----
----- e identificado con cédula de ciudadanía xxxxxxxx de Bogotá, estado civil soltero con unión
marital de hecho, con dirección -----2.- varón/mujer, colombiano (a), mayor de
edad, domiciliado y residente en la ciudad de _____ e identificado (a) con cédula de
ciudadanía de....., estado civil (soltero (a), con/sin unión marital o casado con
sociedad conyugal vigente, o disuelta, liquidada o no*), con dirección____ 3.-, varón/mujer,
colombiano (a), mayor de edad, domiciliado y residente en la ciudad de _____ e identificado
(a) con cédula de ciudadanía de....., estado civil (soltero (a), con/sin unión marital o
casado con sociedad conyugal vigente, o disuelta, liquidada o no), con dirección _____

*Indique cuál es su estado civil, teniendo en cuenta:

- Es soltero sin unión marital de hecho, quién no ha contraído matrimonio y no hace vida marital con nadie.- Es Soltero con unión marital de hecho, quién sin haber contraído matrimonio hace vida marital en forma permanente, singular y continua con otra persona de diferente sexo.
- Es casado con sociedad conyugal vigente, quién ha contraído matrimonio y no ha liquidado su sociedad conyugal (separación de bienes).
- Es casado con sociedad conyugal disuelta y liquidada, quién ha contraído matrimonio y liquidó su sociedad conyugal (separación de bienes).

Declaramos que mediante el presente documento y conforme a lo establecido por el Artículo veintidós (22) de la Ley diez catorce (1014) del dos mil seis (2006), como quiera que los activos de la sociedad al momento de su constitución son inferiores a los quinientos (500) salarios mínimos mensuales legales vigentes o la planta de personal no supera los 10 empleados, constituimos una Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada que se registrá por los siguientes ESTATUTOS:

ARTICULO PRIMERO.- SOCIOS.- (NOMBRES DE LOS SOCIOS). (Mínimo 2 máximo 25)

ARTICULO SEGUNDO.- RAZÓN SOCIAL.- ej. **“HOTEL EBAQUE”**

NOTA: Previamente debe verificar en Cámara de Comercio que no exista otra sociedad inscrita con una razón social igual o similar a la que usted desea utilizar.

Esta consulta la puede hacer en cualquier oficina de la Cámara de Comercio o ingresando a www.bogotáemprende.com

ARTICULO TERCERO.- DOMICILIO.- (ej. **Bogotá**). Podrá establecer Sucursales, Agencias y dependencias en otros lugares del país o del exterior conforme a la ley.

Dirección para notificaciones judiciales y administrativas. Correo electrónico.

ARTICULO CUARTO.- DURACIÓN.- ej. 5 AÑOS, contados a partir de la fecha del presente documento. ARTICULO QUINTO.- OBJETO SOCIAL.- La sociedad tendrá como objeto principal:(Se debe detallar cada una de las actividades o negocios a los que se va a dedicar la sociedad). En desarrollo del objeto social, la sociedad podrá celebrar contratos de sociedad, tomar intereses o participación en sociedades y/o empresas; adquirir, enajenar, dar o tomar en arrendamiento bienes, muebles o inmuebles, grabarlos, en cualquier forma, efectuar, construcciones, tomar o dar en mutuo o con sin garantía de los bienes sociales y celebrar toda clase de operaciones con entidades bancarias, de crédito, aduaneras, girar, endosar, descontar, protestar, ceder, aceptar, anular, cancelar, cobrar, recibir letras de cambio, cheques, adquirir a cualquier título, concesiones, permiso, marcas, patentes, franquicias, representaciones y demás bienes y derechos mercantiles y cualesquiera otros efectos de comercio, contratar toda clase de operaciones que sean necesarias al objeto social; presentar licitaciones, concursar y en general toda clase de actos, contratos que se relacionen con el objeto social principal o que sean fines o complementarios al mismo.ARTICULO SEXTO.- CAPITAL.- (monto del capital por el que se constituye la sociedad, ej. \$10.000.000) dividido en (número de cuotas, ej. 10.000) cuotas, de un valor nominal de (.....) pesos (\$valor cuota, ej. \$1000), cada una, las cuales corresponden a los socios en proporción a sus aportes, totalmente pagados y recibidos a satisfacción de la sociedad, en dinero en efectivo* y conforme se describe a continuación:

SOCIOS CUOTAS VALOR	cuotas	Valor
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	5.000	\$ 5.000.000
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	2.500	\$ 2.500.000
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	2.500	\$ 2.500.000
TOTALES	10.000	\$ 10.000.000

¹⁰ <http://www.ccb.org.co>

* Se debe indicar como se hace el aporte de cada uno de los socios, es decir, en efectivo o bienes. Cuando el aporte de alguno de los socios es un bien sujeto a registro (ej., inmuebles, acciones o aportes en otras sociedades, etc.), la constitución de la empresa deberá hacerse mediante escritura.

PARÁGRAFO.- La responsabilidad personal de los socios queda limitada al monto de sus respectivos aportes.

ARTICULO SÉPTIMO.- CESIÓN DE CUOTAS.- Las cuotas o partes de interés social no están representadas por títulos ni son negociables libremente en el mercado y serán cedibles mediante documento privado de reforma estatutaria.

Toda cesión en cuanto a procedimiento y condiciones previas y finales se sujetará en un todo a lo previsto y ordenado por el art. 22 de la Ley 1014/06 y el Decreto 4463/06.

PARÁGRAFO.- La Sociedad llevará un Libro de Registro de Socios inscrito en la Cámara de Comercio del domicilio social, con los requisitos y para los efectos consagrados en el Código de Comercio.

ARTICULO OCTAVO.- ADMINISTRACIÓN.- La administración de la sociedad corresponde en derecho a todos y cada uno de los socios, éstos la delegan expresamente en la Junta de Socios y ésta a su vez en la Gerencia.*

ARTICULO NOVENO.- JUNTA DE SOCIOS – REUNIONES.- La Junta de Socios la constituyen todos los socios reunidos personalmente, representados por sus apoderados o mandatarios o en las formas autorizadas por la Ley, con el quórum requerido. Las reuniones de la Junta de Socios serán ordinarias o extraordinarias y se celebrarán en la sede social de la empresa. Las reuniones ordinarias tendrán lugar por lo menos dos (2) veces al año en las fechas que determine la Junta, por convocatoria del Gerente, hecha mediante comunicación por escrito dirigida a cada uno de los socios con quince (15) días hábiles de anticipación y ellas tendrán por objeto examinar la situación de la sociedad, designar los administradores y demás funcionarios de su elección, determinar las directrices económicas de la compañía, considerar las cuentas y balances del último ejercicio, resolver sobre la distribución de utilidades y acordar todas las providencias necesarias para asegurar el cumplimiento del objeto social. Si convocada la junta ésta no se reuniere, o si la convocatoria no se hiciere con la anticipación indicada, entonces se reunirá por derecho propio el primer (1er) día hábil del mes de abril, a las 10 a.m., en las oficinas de la administración del domicilio principal. Las reuniones extraordinarias de la Junta de Socios se efectuarán cuando la Gerencia o un número plural de socios o sus apoderados representantes de la cuarta (1/4) parte o más del capital social lo soliciten. La convocatoria para las reuniones extraordinarias se hará en la misma forma que para las ordinarias, pero con una anticipación de cinco (5) días comunes a menos que en ellas hayan de aprobarse cuentas y balances generales de fin de ejercicio, pues entonces la convocatoria se hará con la misma anticipación prevista para las ordinarias. Las reuniones de la Junta de Socios serán presididas por el Socio o apoderado del socio que designe la misma Corporación por mayoría de votos; el Presidente señalará la persona que debe actuar como Secretario y su nombramiento podrá recaer en cualquier persona sea o no Socio de la Compañía. Habrá quórum en la reunión de la Junta de Socios cuando concurra un número de ellos que representen por lo menos el noventa por ciento (90%) de las cuotas inscritas del capital social. En las reuniones de la Junta de Socios cada uno tendrá tantos votos como cuotas o partes de interés social posea en la Empresa y las decisiones que se adopten para que tengan validez, deberán ser aprobadas por la mayoría de los votos presentes o debidamente representados a menos que se trate de adoptar resoluciones referentes a la disolución y liquidación de la Compañía, reforma de sus estatutos o la aprobación de un traspaso de cuotas o partes de interés social a terceros, casos en los cuales dichas decisiones deberán ser aprobadas por un número de votos que representen por lo menos el setenta por ciento (70%) en que se encuentra dividido el capital social. De todas las reuniones y decisiones de la Junta de Socios se dejará constancia en un Libro de Actas debidamente rubricado y foliado y cada acta será firmada por todos los concurrentes, el presidente y el secretario de la respectiva reunión. Cualquier resolución de la Junta de socios que entrañe una modificación a los estatutos sociales, cesión, disolución o liquidación se hará por Escritura Pública o por documento privado conforme a lo establecido por el Artículo veintidós (22) de la Ley diez catorce (1014) del dos mil seis (2006).

ARTICULO DECIMO.- Reuniones no Presenciales.

Cada vez que los Socios puedan deliberar por cualesquiera medios de telecomunicaciones, las decisiones tomadas en las conferencias serán válidas y jurídicamente vinculantes. Las deliberaciones por telecomunicaciones deberán ser siempre sucesivas o simultáneas. La evidencia de la telecomunicación y de las resoluciones pertinentes, como una confirmación por fax o correo electrónico, se incluirá en las actas respectivas, de conformidad con los requisitos establecidos en estos Estatutos.

ARTICULO DECIMO PRIMERO.- ATRIBUCIONES.- Son atribuciones de la Junta de Socios:

- 1.- Autorizar la reforma de los estatutos sociales.
- 2.- Nombrar al Gerente y su suplente. (O los cargos que se creen).
- 3.- Reunirse ordinaria o extraordinariamente cuando lo estime conveniente o necesario.
- 4.- Aprobar o improbar los balances.
- 5.- Decretar la venta total de los bienes sociales.
- 6.- Decretar y distribuir las utilidades.
- 7.- Crear agencias, sucursales o filiales.
- 8.- Crear y proveer los cargos que la ley o los estatutos señalen.
- 9.- Acordar las reservas para la protección del capital social.
- 10.- Decretar la disolución y liquidación de la Sociedad;
- 11.- Aprobar la cesión de cuotas o partes de interés social.
- 12.- Estudiar y considerar los informes del Gerente sobre el estado de los negocios sociales.
- 13.- Decidir sobre la administración, el retiro de socios.
- 14.- Ordenar las acciones que correspondan contra el Gerente, o cualquier otra persona que haya incumplido sus obligaciones, ocasionando daños y perjuicios a la sociedad.
- 15.- Elegir y remover libremente a los funcionarios cuya designación considere necesaria para la mejor organización y marcha de la empresa de acuerdo al volumen de los negocios sociales.
- 16.- Las demás funciones que le corresponden como suprema autoridad directiva y administrativa de la Sociedad.

ARTICULO DECIMO SEGUNDO.- GERENCIA.- El uso de la razón social de la Compañía y su representación legal y administrativa estarán a cargo de un Gerente con su respectivo Suplente, (o de los cargos que se creen) quien remplazará al Gerente en sus faltas absolutas, temporales o accidentales con las mismas facultades y atribuciones de éste, designados por la Junta de Socios. En el Gerente delegan los socios la personería de la empresa y su administración con las más amplias facultades dispositivas y administrativas.

ARTICULO DECIMO TERCERO.- FUNCIONES.

Además de los actos de disposición y administración concernientes al giro ordinario de las operaciones de la Sociedad, son atribuciones del Gerente:

- a.- Representar legalmente a la sociedad y celebrar toda clase de actos o contratos * (Los socios pueden limitar esta cuantía: Ej. hasta la suma de 100 Salarios Mínimos Mensuales Legales Vigentes, cuando supere esta cuantía requerirá autorización de la junta de socios)
Sugerimos fijar el límite de cuantía, en Salarios Mínimos Mensuales Legales Vigentes, para que ésta se actualice anualmente conforme a la Ley, sin necesidad de reforma estatutaria.
- b.- Ejecutar las decisiones y órdenes de la Junta de Socios y convocarla cuando así lo requieran los intereses sociales.
- c.- Custodiar los bienes sociales.
- d.- Informar cada seis (6) meses a la Junta de Socios acerca de los negocios ejecutados y a ejecutarse.
- e.- Rendir los informes respectivos y presentar los balances anuales correspondientes.
- f.- Constituir apoderados o mandatarios que representen a la sociedad judicial administrativa o extrajudicialmente.
- g.- Nombrar y remover los empleados de la sociedad que no sean de la competencia de la Junta de Socios y fijarles su remuneración.

ARTICULO DECIMO CUARTO.- BALANCE.- El treinta y uno (31) de Diciembre de cada año se cortarán las cuentas, se hará el inventario y se formará el balance de liquidación del respectivo ejercicio para ser sometidos al estudio y aprobación de la Junta de Socios; una vez aprobados, de las utilidades liquidas resultantes se destinará el diez por ciento (10%) para la constitución de la reserva legal que debe ascender al cincuenta por ciento (50%) del capital social. Además de la anterior reserva, la Junta de Socios podrá crear o decretar las que considere convenientes o necesarias, siempre y cuando tengan una destinación específica y se aprueben con la mayoría prevista en estos Estatutos. Una vez deducidas las reservas, el saldo restante de las utilidades se distribuirá entre los socios a prorrata de sus respectivos aportes. Ninguno de los socios podrá retirar suma alguna de la Sociedad, salvo las utilidades que le correspondan después del balance anual respectivo. Los sueldos se estimarán como gastos generales de la Sociedad. Las pérdidas si las hubiere, se distribuirán igualmente entre los Socios en proporción a sus respectivos aportes.

ARTICULO DECIMO QUINTO.- DISOLUCIÓN.- La Sociedad se disolverá:

- a.- Por expiración del término fijado para su duración o de las prórrogas que se hubieren acordado oportunamente;
- b.- Si las pérdidas redujeren el capital de la sociedad y las reservas, a menos del cincuenta por ciento (50%) de aquél;
- c.- Por decisión de todos los socios;
- d.- Por cualquiera otra causa legal.

ARTICULO DÉCIMO SEXTO.- LIQUIDACIÓN.- Disuelta la Sociedad, su liquidación se hará por el Gerente o por la persona o personas que la Junta de Socios designare. La liquidación se efectuará de conformidad con las disposiciones legales vigentes.

PARÁGRAFO.- Si al tiempo de la liquidación existieren bienes en especie para ser distribuidos entre los Socios, estos bienes se avaluarán por el liquidador y serán adjudicados a prorrata de lo que le corresponda a cada socio como utilidades o participación.

ARTICULO DECIMO SÉPTIMO.- MUERTE O INCAPACIDAD DE UN SOCIO.- En caso de muerte o incapacidad legalmente decretada de uno de los Socios, la sociedad continuará con sus herederos, quienes nombrarán una sola persona para que los represente, dentro de los treinta (30) días siguientes a la muerte del Socio; los demás tendrán derecho a adquirir las cuotas o aporte del fallecido, por el valor comercial en la fecha de su muerte. Si no se llegare a ningún acuerdo respecto del precio y condiciones de pago, serán determinados por peritos designados por las partes. Si fueren varios los Socios que desearan adquirir, las cuotas se distribuirán entre ellos a prorrata de las que posean en la Sociedad.

ARTICULO DECIMO OCTAVO.- DIFERENCIAS.- Las diferencias que surjan del contrato social o en relación con él, serán resueltas por un Tribunal de Arbitramento, compuesto por tres (3) miembros nombrados de común acuerdo por las partes, quienes fallarán en derecho, siguiendo con las reglas establecidas en el Código de Comercio y las leyes concordantes y complementarias.-----

ARTICULO DECIMO NOVENO.- NOMBRAMIENTOS. xxxxxxxxxx., identificado con cédula de ciudadanía xxxxxxxx de Bogotá, y como Suplente del Gerente a, identificada con cédula de ciudadanía ..., quienes estando presentes aceptaron los nombramientos. (Se deben asignar tantos cargos como hayan sido creados, no se puede asignar un cargo no creado en los estatutos. Ej. Si se creó el cargo se subgerente, se debe nombrar a quién va a ocupar el cargo) *(Si las personas designadas para los cargos, no son socias y/o no firman este documento, deben anexar carta aceptando el cargo respectivo).*

(Firma)

NOMBRE SOCIO: cc. Dirección Teléfono E-mail (Firma)

Fuente <http://www.ccb.org.co/>¹¹

¹¹ <http://www.ccb.org.co/>